



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Liiketalous kulttuurituottajien opiskelussa ja työssä

Näkökulmia Humakin opetussuunnitelmaudistukseen

Sini Jokinen

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

5 / 2013

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Sini Jokinen	Sivumäärä 59 ja 13 liitesivua
Työn nimi Liiketalous kulttuurituottajien opiskelussa ja työssä – Näkökulmia Humakin opetussuunnitelmauudistukseen	
Ohjaava(t) opettaja(t) Minna Hautio, Jenny Honka	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Humanistinen ammattikorkeakoulu	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tilaajana toimi Humanistinen ammattikorkeakoulu. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaiseksi Humakin kulttuurituotannon opiskelijat ja koulutusohjelmasta jo valmistuneet kulttuurituottajat ovat kokeneet liiketaloudellisen opetuksen. Tutkin työssäni tulisiko Humakin lisätä liiketaloudellisia opintoja tulevaan opetussuunnitelmaan, ja miten opetusta voisi kehittää. Uusi opetussuunnitelma otetaan käyttöön syksyllä 2013.</p> <p>Liiketalousosaamisen merkitys tuntuu kasvavan kulttuurituotannon kentällä vuodesta toiseen yhä enemmän. Luovat alat ovat tällä hetkellä muutoksen alla, sillä markkinatietoisuus on tullut yhä vahvemmaksi osaksi kulttuuripolitiikkaa. Opinnäytetyössä tarkastellaan kulttuurin yhteyttä talouteen, sekä sitä, kuinka tärkeää liiketalousosaaminen on kulttuurituottajille.</p> <p>Tutkimus toteutettiin määrällisenä tutkimuksena Internetissä olevan Webropol-kyselyn kautta. Kysely lähetettiin sekä Humakissa tällä hetkellä opiskeleville että Humakista jo valmistuneille kulttuurituottajille. Opiskelijoiden kyselyyn vastasi 53 henkilöä ja valmistuneiden kyselyyn 20 henkilöä.</p> <p>Tutkimuksesta selvisi, että Humanistisen ammattikorkeakoulun tulisi lisätä liiketaloudellista opetusta, sillä se on osaamisalue, jossa kulttuurituottajilla on eniten puutteita. Liiketalousosaaminen on todella tärkeää kulttuurituottajalle, mutta opinnoissa tulee ottaa huomioon, että taide- ja kulttuuri tarjoavat luovuudellaan ja liikeideoillaan erityisen haastavan toimintakentän. Tutkimuksen lopussa on koottu ehdotuksia Humakin liiketalousopintojen kehittämiseen. Tutkimus voi toimia ohjaavana työkaluna Humakin kulttuurituottajaopiskelijalle opintojen suunnittelussa sekä vertaistukena ammatillisen identiteetin rakentamisessa.</p>	
Asiasanat Liiketalous, liiketoimintaosaaminen, kulttuurituottaja, opetussuunnitelma	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management

ABSTRACT

Author Sini Jokinen	Number of Pages 59 and appendix 13
Title Business in the studies and career of cultural producers - Views for the reform of Humak University of Applied Sciences curriculum	
Supervisor(s) Minna Hautio, Jenny Honka	
Subscriber and/or Mentor Humak University of Applied Sciences	
Abstract Subscriber for this thesis is Humak University of Applied Sciences. The purpose of this study is to investigate how current and graduated students experienced business education at Humak University of Applied Sciences. I investigated whether business studies should be increased in the upcoming curriculum and how it could be improved. The new curriculum will be in place from autumn 2013. The significance of business intelligence has been growing in the field of cultural production in recent years. Creative industries are transforming as market intelligence is becoming increasingly important in cultural politics. This thesis analyses the relationship between commerce and culture and how significant commercial knowhow is for cultural producers. The study was implemented as quantitative research via an Internet based Webropol questionnaire. The questionnaire was sent out to current and graduated students. 53 current and 20 graduated students responded. The findings of the study reveal that business education should be increased at Humak University of Applied Sciences as it was proven to be the field of study in which cultural producers were mostly lacking in knowledge. Business intelligence is a highly important attribute for cultural producers. With their creativeness art and culture provide a very challenging field for business and this should be taken into consideration when planning the business studies. Finally the study gathers proposals for developing the business education at Humak University of Applied Sciences. The thesis can be used as a guideline for restructuring the curriculum for cultural producers.	
Keywords Business economics, business intelligence, culture producer, curriculum	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO	5
3 HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU	11
3.1 Opetussuunnitelma: liiketaloudellinen osaaminen	13
3.2 Opetussuunnitelmauudistus	16
4 KULTTUURI YHTEYDESSÄ TALOUTEEN	18
4.1 Kulttuurituotanto taiteen ja talouden välissä	19
4.2 Kulttuurituottajan ammattispesifi liiketalousosaaminen	23
5 TUTKIMUSMENETELMÄ	27
5.1 Tutkimuksen reliaabelius ja validius	27
5.2 Kyselyn rakentaminen	30
6.1 Taustatiedot	33
6.2 Työllistyminen kulttuurin kentälle	36
6.3 Liiketalousopetus Humakissa	38
6.4 Humakin liiketalousopintojaksot	40
6.6 Liiketalousosaaminen	44
6.7 Kulttuurituottaja liiketaloudellisena toimijana	47
6.8 Kulttuurin ja talouden väliset arvot	48
6.9 Yrittäjyys	49
7. JOHTOPÄÄTÖKSET	52
7.1 Kehitysnäkökulmia	53
LÄHTEET	57
LIITTEET	61

1 JOHDANTO

Minua on pienestä pitäen kiinnostanut työ, jossa tavoitteena on saada aikaan voitollista tulosta. Itse toivon tulevana kulttuurituottajana työllistyväni johonkin yritykseen. Kiinnostukseni yritysmaailmaan ja kulttuurituotannon liiketaloudelliseen puoleen juontaa osaksi siitä, että olen kasvanut perheessä, jossa toimii yksityisyrittäjiä. Ennen kulttuurituottajan opintojen aloittamista suunnittelin aloittavani liiketalouden opinnot, mutta tämä ala kiinnosti kuitenkin enemmän. Näin opintojen loppusuoralla kiinnostukseni kaupalliseen alaan ja liiketalouden opintoihin on taas kasvanut, ja suunnittelen lisäkouluttavani itseäni aiheesta valmistumiseni jälkeen. Mielestäni tuottajan työssä ehdottoman tärkeää on taloudellinen osaaminen, jota ilman on vaikeaa saada esimerkiksi tapahtumiaan tai omaa osaamistaan kaupaksi.

Opinnäytetyön aihetta pohtiessa minulle oli alusta asti selvää, että haluan yhdistää tutkimuksessani kulttuurituotannon ja liiketalouden. Molemmat aiheet ovat todella laajoja, joten opinnäytteen aiheen tarkka rajaaminen oli tärkeää. Olen jo aiemmin pohtinut, miten muut Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituottajaopiskelijat sekä koulutusohjelmasta valmistuneet kokevat liiketaloudellisen osaamisen osana opiskeluaan ja ammatiaan, sekä kokevatko he saavansa siihen riittävästi koulutusta. Kun minulle selvisi, että Humanistisessa ammattikorkeakoulussa on tämän lisäksi tänä vuonna suunnitteilla opetussuunnitelman uudistus ja myös liiketalousopintojen määrä on pohdinnan alaisena, oli aiheen rajaus lopulta helppo. Opinnäytetyön tilaajaksi tuli täten luonnollisesti Humanistinen ammattikorkeakoulu (jatkossa Humak).

Kulttuurin ja liiketalouden suhde on puhuttanut kentällä jo vuosia. Aiheeni on ajankohtainen siksi, että liiketalousosaamisen merkitystä tunnutaan painotettavan kulttuurituotannon kentällä vuodesta toiseen yhä enemmän. Aiheesta ei ole tehty aikaisemmin opinnäytetöitä, joten tutkimuksellani on uutuusarvoa. Toivon, että opinnäyte auttaa Humakia kehittämään uutta opetussuunnitelmaa ja kertoo opiskelijoiden toiveista liiketalousopintojen suhteen. Tavoitteenani on, että opinnäytetyöni auttaa entisestään ymmärtämään liiketalousopetuksen merkityksen kulttuurituottajakoulutuksessa. Opinnäytetyö voi toimia ohjaavana työkaluna opiskelijalle opintojen suunnittelussa sekä vertaistukena ammatillisen identiteetin rakentamisessa.

Tutkimuskysymykseni on, millaiseksi Humakin kulttuurituotannon opiskelijat ja koulutusohjelmasta jo valmistuneet kulttuurituottajat ovat kokeneet liiketaloudellisen opetuksen. Tutkin työssäni sitä, miten liiketalousopetusta voisi kehittää ja miten tärkeäksi opiskelijat kokevat liiketalousopetuksen. Tutkimukseni hypoteesi on, että liiketalousopetusta tulisi lisätä, ja nykyisiä kurssisisältöjä tulisi uudistaa.

2 KESKEISET KÄSITTEET

Opinnäyte muodostuu tiiviisti seuraavien käsitteiden ympärille: liiketoiminta, liiketoimintaosaaminen, liiketalous, kulttuurituottaja ja opetussuunnitelma. Kaikki nämä käsitteet ovat todella laajoja ja monitulkintaisiakin, joten tässä luvussa pyritään selittämään käsitteet siitä näkökulmasta, miten ne liittyvät tutkimukseen.

Liiketoiminta

Liiketoiminta on toimintaa, jota yritys tai jokin muu toiminnallinen organisaatioyksikkö harjoittaa ja jossa tuotetaan markkinoille tarjottavia palveluita ja tuotteita. Liiketoiminnassa yrityksen toimintaa ohjaa ansaintataloudellinen päämäärä. Yritystoiminnan arvoa mitataan markkinoilla usein juuri liiketoiminnan tehokkuudella. Liiketoiminta on siis toisin sanoen kaikkea ansiotarkoituksellista toimintaa. (Näsi & Neilimo 2006, 68–70.)

Avatessaan liiketoiminnan käsitettä Näsi ja Neilimo (mt., 68) viittaavat mm. vuoden 1961 Nykysuomen Sanakirjaan, jossa selitetään liiketoiminnan olevan ansiotarkoituksessa harjoitettua taloudellista toimintaa. Liiketoiminta tarkoittaa asiakkaiden ongelmia ratkaisevien tuotteiden aikaansaamista ja myymistä ansaintatarkoituksessa. (Mt., 68.)

Liiketoimintaosaaminen

Osaaminen-sana viittaa valmiuteen, kykyyn ja tekemiseen (Näsi & Neilimo 2006, 13). Voidaan siis ajatella, että liiketoimintaosaamisella tarkoitetaan valmiutta hoitaa tehtäviä ja kehittää toimintaa niin, että tehokkuus, taloudellisuus ja asiakaslähtöisyys paranevat. Liiketoimintaosaaminen on kykyä ymmärtää yrityksen toimintaa kokonaisuutena sekä myös sen osatekijöiden välisiä suhteita, ja siinä korostuu taloudellisen vastuun kantaminen. (Viitala & Jylhä 2006, 7.)

Liiketoimintaosaaminen on kokonaisuus, joka muodostuu kognitiivisista elementeistä: tieto liiketoiminnasta, kyky soveltaa sitä käytännön tilanteissa ja aktiivisuus käyttää osaamista. Liiketoiminnallinen osaaminen koostuu markkinoinnista, asiakaslähtöi-

syydestä, uuden liiketoiminnan luomisesta, taloushallinnosta, rahoituksesta, riskien hallinnasta sekä henkilöstöjohtamisesta. (Mt., 7–8.)

Liiketoimintaosaaminen tarkoittaa Juurakon, Kauhasen ja Öhagen (2010, 24) mukaan ennen kaikkea sitä, että tehtävä liiketoiminta on taloudellisesti kannattavaa. Heidän mukaansa liiketalousosaamisessa organisaation kaikki toiminnot pystytään hoitamaan niin tasokkaasti, että sen kokonaisuus on toimiva. Liiketoimintaosaaminen viittaa liiketaloudellisen kokonaisuuden ja sen muutoksen johtamiseen systemaattisesti ja tehokkaasti. Liiketoimintaosaaminen on tiedon ja taidon näytöllistä soveltamista sosiaalisessa kontekstissa. (Näsi & Neilimo 2006, 244–245.)

Liiketalous

Liiketalous koostuu mm. liiketoimintaympäristöstä, myynnistä ja myynnin tuesta, rahoituksesta ja johtamisesta, taloushallinnosta, juridiikasta, liiketoimintatiedon hallinnasta, markkinoinnista, yrittäjyydestä ja tuloksellisesta esimiestyöskentelystä (Turun ammattikorkeakoulu 2013).

Humanistisen ammattikorkeakoulun liiketalousopintoihin sisältyy taloushallinto, yrittäjyys ja tuotteistaminen, markkinointi, projektitoiminta ja johtaminen sekä kulttuuri liiketoimintana (Humak 2013d). Näiden opintojaksojen sisältöihin palataan työssä myöhemmin, kohdassa Humanistisen ammattikorkeakoulun opetussuunnitelma: liiketaloudellinen osaaminen.

Kulttuurituottaja

Ammattikorkeakoulutasoinen kulttuurituottajakoulutus on iältään melko nuori. Kulttuurituottajien ammattikorkeakoulutuksen taustalla on 1970-luvulla aloitettu opistotasoinen kulttuurisihteerin koulutus, joka päättyi sen jälkeen, kun koulutus siirrettiin ammattikorkeakouluihin. Kulttuurituotannon koulutusta toteutetaan ammattikorkeakoulujen lisäksi erillisissä yliopistojen järjestämissä maisteriohjelmissa sekä täydennyskoulutuskeskuksissa erillisinä kursseina ja koulutusohjelmina. Alalla toimii myös tuottajia ilman ammattispesifiä koulutusta. Ammattiin tullaan siis myös yhä monesta eri koulutustaustasta. Tällä hetkellä kulttuurituottajakoulutusta tarjoavat Humakin lisäksi Met-

ropolia, Mikkelin Ammattikorkeakoulu, Novia sekä Seinäjoen Ammattikorkeakoulu. (Halonen 2011, 19.)

Kulttuurituottaja organisoi ja johtaa tuotannollista toimintaa. Tuottajan tehtävänä on vastata siitä, että kulttuuritapahtuma tai -palvelu suunnitellaan hyvin ja toteutetaan realistisesti asiakkaansa tavoittaen ja saavuttaen taiteelliset päämääränsä. (Metropolia ammattikorkeakoulu 2013a.) Täten työn keskeistä aluetta on kyky hallinnoida ja hankkia toimintaan suunnattavat resurssit. Kulttuurituottajan työnä on järjestää tapahtumille rahoitusta hakemalla esimerkiksi apurahoja, hankkimalla sponsoreita ja tavoitteleamalla hyvää lippumyyntiä. (Halonen 2011, 25–26.)

Kulttuurituottaja on organisaattori, joka verkostoituu, viestii ja kehittää omaa työtään. Kulttuurituottajan ammattitaidon perustan muodostavat kulttuuri- ja taidekentän tuntemus, tuottamisprosessien hallinta ja liiketaloudellinen osaaminen. Muita keskeisiä osaamisalueita ovat tuotanto-suunnittelu, projektijohtaminen, talous ja rahoitus, yrittäjäyys, viestintä ja markkinointi. Tuottajat työskentelevät järjestöissä, yrityksissä ja kulttuurihallinnossa tai luovan alan yrittäjänä tehden toimialarajat ylittävää yhteistyötä kulttuuri- ja taidetoiminnan edistämiseksi. Kulttuurituotannon ammattilaisia tarvitaan kulttuuritapahtumissa, järjestöissä, luovan alan yrityksissä, kulttuuri- ja taideprojektien ja produktioiden suunnittelijoina ja vetäjinä sekä kuntien ja valtion kulttuurihallinnossa. (Humak 2013a.)

Kulttuurituottaja vastaa tuotantojen ja tapahtumien kokonaisuudesta ja niiden rahoituksesta. Tuottajalta vaaditaan monialaista osaamista ja myös asiakkaiden tarpeiden vaatimusten tunnistamista ja ymmärtämistä. (Tarjanne 2011, 34.) Liiketoimintaosaaminen ja taloushallinto ovat keskeinen osa-alue kulttuurituottajan osaamista. Avustusten hakeminen, projektin taloudellinen vastuu, jakopäätösten valmistelu, monipuolinen varainhankinta ja budjetointi, mainonta ja markkinointi, verkostoituminen ja rahoitusten ja verotuksen suunnittelu on nostettu kulttuurituottajan osaamisessa keskeiseen asemaan. (Nikoskinen 2010, 105.)

Kulttuurituottaja on ammattinimike, johon liitetään mm. kulttuuriproduktioiden ammatillinen hallinto, taloudellinen menestyminen ja vastaus moninaisiin toimialan kehityksen kompastuskiviin (Halonen 2005, esipuhe). Tuottajuus on usein produktikeskeistä, joten tuottajan työtehtävien ja roolin määrittely on riippuvaista meneillään olevasta toimeksiannosta. Yhteistä kaikille tuottajille on liike toiminnallisen osaamisen, tuotantomenetelmien ja -teknologioiden sekä yhteiskunnallisten ilmiöiden ymmärrys ja hallinta. (Nikoskinen 2010, 25.)

Opetussuunnitelma

Opetusministeriön (2002) määritelmän mukaan opetussuunnitelma on opetuksen ja opintojen suunnittelun väline. Sen avulla opetuksesta muodostetaan hallittu ja ehjä kokonaisuus. Opetussuunnitelmassa määritellään tutkintoon johtavan koulutuksen opintojaksot ja opintokokonaisuudet tavoitteineen, määritellään opintojaksojen laajuudet, keskeiset sisällöt sekä opintojaksojen väliset yhteydet ja aikataulutukset suhteessa toisiinsa. Opetussuunnitelmassa tulisi kuvata myös oppimisen kumuloituminen, pedagogiset ratkaisut sekä oppimisen ohjauksen ja arvioinnin muodot. Hyvässä opetussuunnitelmassa tuodaan näkyviin myös opiskelijan ammatillisen kasvun polku sekä luodaan edellytykset hyvälle oppimiselle ja opintojen esteettömälle etenemiselle. Lisäksi hyvä opetussuunnitelma luo raamit henkilökohtaisen opiskelusuunnitelman laatimiselle. (Auvinen, Hirvonen, Dal Maso, Kallberg & Putkuri 2007, 50.)

Piilinen ja Mäkelä (2008, 5), kertovat että opetussuunnitelman kehittämistyön lähtökohtana ammattikorkeakoulussa tulisi olla valmistuvien tulevaisuuden ammattilaisten osaamisvaatimukset. Osaamisvaatimusten tunnistamisessa voidaan käyttää esimerkiksi työtehtävien analysointia, työelämän asiantuntijoiden haastattelua, kyselyitä ja asiantuntijapaneelleja. (Auvinen, Del Maso, Kallberg, Putkuri & Suomalainen 2005, 126.)

3 HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Humanistinen ammattikorkeakoulu (Humak) on valtakunnallinen verkostoammattikorkeakoulu, joka toimii humanistisella ja kasvatusalalla sekä kulttuurialalla. Humak on Suomen suurin kulttuurituottajien kouluttaja. Koulutus aloitettiin vuonna 1998. Humakissa voi opiskella kulttuurituotantoa sekä nuorten että aikuisten tutkintoon johtavassa koulutuksessa ja ylempään ammattikorkeakoulututkintoon johtavassa koulutuksessa. Humakissa kulttuurituotannon opinnot on suunniteltu niin, että opiskelija voi koko opintojensa ajan syventää osaamistaan sekä vahvistaa yksilöllistä ammattitaitoaan. Ammattitaitojen vahvistaminen tapahtuu työharjoitteluiden sekä -projektien kautta. Humak tarjoaa kulttuurituottajaopintoja neljällä eri kampuksella: Jyväskylässä, Kauniaisissa, Kuopiossa sekä Turussa. Opintojen laajuus on 240 opintopistettä. Kulttuurituotannon lisäksi Humakissa voi opiskella viittomakielentulkiksi tai yhteisöpedagogiksi. (Humak 2013c.)

Humakissa on voinut suorittaa vuodesta 2009 alemman korkeakoulututkinnon lisäksi ylempään korkeakoulututkinnon. Ylempi tutkinto kestää vuoden ja sen laajuus on 60 opintopistettä. Tutkinto toteutetaan yhdessä Metropolia ammattikorkeakoulun kanssa. Tutkinnon tavoitteena on tarjota kulttuurisektorin tuotannollisissa tehtävissä toimiville mahdollisuus kehittää ja syventää asiantuntemustaan kulttuurituotannon nopeasti muuttuvissa toimintaympäristöissä. Lisäksi tarjolla on ammattikorkeakoulututkintoon pohjautuvia ammatillisia erikoistumisopintoja, avoimen ammattikorkeakoulun opintoja ja täydennyskoulutusta. (Humak 2013b & Metropolia ammattikorkeakoulu 2013b.)

Humanistisen ammattikorkeakoulun pedagoginen käsikirja esittelee Humakin seuraavanlaisesti:

”Humak on yhteiskunnallinen vaikuttaja ja aktiivinen kansalaisyhteiskunnan kehittäjä, joka vastaa kansalais- ja järjestötoiminnan, kulttuurituottajuuden, nuorisotyön, ohjaus- ja vuorovaikutus-taitojen sekä viittomakielialan kehittämisestä kaikissa viidessä läänissä ja kv-kumppaneiden toiminta-alueilla. Humanistinen ammattikorkeakoulu korostaa tehtävässään kansalaisten tarpeista lähtevää innovaatiotoimintaa ja yhteisöjen kehittämistä. Ihmisten välinen vuorovaikutus on perusarvo, jota Humak pyrkii toiminnallaan toteuttamaan. Tämä tavoite näkyy ammattikorkeakoulun

organisaatiossa, koulutusohjelmien sisällöissä ja koulutuksen toteuttamistavassa. Humakin perusarvo on Human connections, joka muodostuu humanistisesta ihmiskäsityksestä, suvaitsevaisuudesta ja toisten kunnioittamisesta sekä avoimesta vuorovaikutuksesta, luottamuksesta sekä yhdessä oppimisesta. Humak tekee tutkimus- ja kehitystyötä yhteistyössä kansallisten ja kansainvälisten kumppaneiden kanssa synnyttäen arjen tarpeista lähteviä sosiaalisia innovaatioita ihmisten elämän helpottamiseksi. Humak tuottaa uusia työelämän toimintatapoja koulutusaloillaan ja lisää niiden monipuolisia käyttömahdollisuuksia kansalaisten eduksi.” (Herranen, Martikainen, Sirkkilä, Laitinen, Nyman, Toivanen & Mikkonen 2010, 3–4.)

3.1 Opetussuunnitelma: liiketaloudellinen osaaminen

Kulttuurituottajan ammattitaidon perustan muodostavat kulttuurin toimintaympäristön tuntemus, tuottamisprosessin hallinta ja liiketaloudellinen osaaminen (Humak 2013a). Alla oleva kaavio opintojen rakenteesta havainnollistaa liiketalousopintojen määrää (merkitty sinisellä) sekä niiden sisällymistä opintokokonaisuuteen.

TAULUKKO 1. Humanistisen ammattikorkeakoulun opintojen rakenne.

Työelämätaidot, urasuunnittelu ja portfolio 10 op

OPINNÄYTETYÖ JA SIIHEN LIITTYVÄT OPINNOT 30 op				
Tutkimus ammat- tialan kehittämi- sessä 5 op	Menetelmäopinnot 5 op	Opinnäytetyöpaja 5 op	Opinnäytetyö 15 op	
VAPAASTI VALITTAVAT OPINNOT 20 op				
AMMATILLISET SUUNTAUTUMISOPINNOT 40 op				
Eriytyvät suuntautumisopinnot 20 op				
Kulttuuri liiketoi- mintana 20 op	Tapahtumatuotannon johtaminen 20 op			Tuottaja yhteis- kunnallisena toimi- jana 20 op
Syventävät suuntautumisopinnot 20 op				
Syventävä perehtyminen kulttuurin sisällöntuotantoon 10 op			Syventävä perehtyminen tuotantopro- sessiin 10 op	
KULTTUURITUOTTAJAN YHTEISET OPINNOT 130 op				
Kulttuurituotannon liiketaloudellinen osaaminen 40 op				
Taloushallinto 10 op	Yrittäjyys ja tuotteis- taminen 10 op	Markkinointi 10 op	Projektitoiminta ja johtaminen 10 op	
Kulttuurintuottamisprosessin hallinta 40 op				
Oikeudelliset kysymykset 10 op	Media- ja vuorovai- kutustaidot 10 op	Tuottajan työn ja tuotantoprosessin perusteet 10 op	Viestintä 10 op	
Kulttuurin toimintaympäristön tuntemus 50 op				
Taiteen tuntemus 10 op	Kieliopinnot 10 op	Hallinto ja politiikka 10 op	Talouden perus- teet ja rahoitus 10 op	Tuottajan työn ja tuotantoprosessin käytännöt 10 op
HUMAKin YHTEISET OPINNOT 10 op				

	Orientoituminen ammattikorkeakoulu- opintoihin 5 op	Orientoituminen ammattiin ja ammat- tialaan 5 op
--	--	---

Tällä hetkellä Humak tarjoaa neljä pakollista kymmenen opintopisteen opintojaksoa liiketalouteen liittyen. Opintojaksoja ovat taloushallinto, markkinointi, projektitoiminta ja johtaminen sekä yrittäjyys ja tuotteistaminen. Yrittäjyys ja tuotteistaminen -opintojakson voi suorittaa myös nuori yrittäjyys -opintojaksona. (Humak 2013d.) Humakin opinto-opas ei luokittele liiketalousopintojaksoihin talouden perusteet ja rahoitus -opintojaksoa, mutta mielestäni sen sisältö kuuluu olennaisena osana liiketalousopintoihin, joten sisällytin sen tutkimukseeni mukaan.

Taloushallinto-opintojaksoon sisältyy taloussuunnittelu ja budjetointi, maksuliikenne ja muut taloushallinnon prosessit, kirjanpito sekä verotus. Opintojakson tavoitteina on, että opiskelija hallitsee kirjanpidon periaatteet, osaa hoitaa maksuliikennekäytännöt, hallitsee kulttuurituotannon taloussuunnittelun ja budjetoinnin sekä osaa analysoida talouden tunnuslukuja. (Humak 2013d.) Opintojaksossa laaditaan budjetti, analysoidaan tilinpäätöstä sekä tutustumaan kirjanpito-ohjelmaan erilaisten tehtävien avulla.

Talouden perusteet ja rahoitus -opintojakso sisältää mm. taloudellisen ajattelun, kansantalouden ja talouselämän perusteet, kulttuurin taloudellisena toimintana, kulttuurin rahoitusmuodot sekä yritysysteistyön osana kulttuurituotannon varainhankintaa. Opintojakson tavoitteina ovat, että opiskelija osaa käyttää talouden peruskäsitteitä, tuntee kulttuurin rahoituslähteet ja -prosessit, osaa hakea rahoitusta kulttuurihankkeille sekä osaa tehdä kulttuurituotannon rahoitussuunnitelman. (Humak 2013d.) Opintojaksossa laaditaan apurahahakemus sekä kootaan talous ja rahoitus -kansio.

Markkinointi-opintojakso koostuu kulttuurin ja taiteen markkinoinnista, markkinointisuunnitelman laatimisesta, asiakaslähtöisestä ajattelusta ja palvelumarkkinoinnista sekä markkinointiviestinnän toimintatavoista. Markkinointiopintojakson tavoitteena on, että opiskelija osaa markkinoinnin perusteorian ja toimintatavat sekä taiteen että kulttuurimarkkinoinnin ja myyntityön erityispiirteet. Lisäksi tavoitteena on, että opiske-

lija tietää asiakaslähtöisen ajattelun pääperiaatteet ja markkinoinnin strategisen suunnittelun lähtökohdat sekä markkinointiviestinnän keinot ja toimintatavat. (Humak 2013d.)

Projektitoiminta ja johtaminen -opintojakson sisältöjä ovat mm. projektien suunnittelu, johtaminen ja hallinnointi, projektityöskentely, organisointi sekä esimiestyöskentely. Tavoitteena on, että opiskelija ymmärtää projektityöskentelyn erityispiirteet, oppii johtamaan projektityöskentelyä, perehtyy esimiestyöskentelyn vaatimuksiin ja malleihin sekä kykenee pohtimaan omaa johtajuuttaan. (Humak 2013d.) Opintojaksossa pohditaan omaa johtajuutta sekä tehdään vapaavalintainen projekti.

Yrittäjyys ja tuotteistaminen -opintojakso koostuu sisäisestä ja ulkoisesta yrittäjyydestä, oman alan yrityksen toimintaympäristön hallinnasta, tuotteistamisprosessista ja sen hallinnasta sekä liiketoimintasuunnitelmasta ja sen laatimisesta. Tavoitteena on, että opiskelija tuntee sisäisen ja ulkoisen yrittäjyyden eri toimintamallit, tuntee oman alansa yritysten toimintaympäristön, tutustuu eri tuotteistamisprosesseihin ja osaa kehittää erilaisia palveluja tai tuotteita, osaa laatia liiketoimintasuunnitelman sekä markkinointi- ja rahoitussuunnitelman. (Humak 2013d.) Opintojaksossa tehdään yrittäjähaastattelu sekä liiketoimintasuunnitelma, johon kuuluu tuotteistamisosio.

Pakollisten opintojaksojen lisäksi Humak tarjoaa itsenäisiä valinnaisia liiketalousopintojaksoja, kuten syventävä perehtyminen kulttuuripalvelun tuotteistamiseen, tuotantoprosessin hallintoon ja johtamiseen sekä markkinointiin ja viestintään. Nämä kaikki kurssit suoritetaan itsenäisesti joko projektina tai työharjoitteluna. (Humak 2013d.)

Aiemmin mainittujen opintojaksojen lisäksi Humakin Turun kampuksella on mahdollisuutena valita kulttuuri liiketoimintana eriytyväksi suuntautumisopinnot. Eriytyvät suuntautumisopinnot vahvistavat opiskelijan omaa osaamista, ja näissä opinnoissa hän voi erikoistua haluamaansa toimialaan: kulttuuriin liiketoimintana, tapahtumatuotannon johtamiseen tai tuottajaan yhteiskunnallisena toimijana. **Kulttuuri liiketoimintana** -opintojaksoon kuuluu kahden päivän kestoinen aloitusseminaari, työharjoittelu sekä kehittämistehtävä. Tämän opintojakson tavoitteena on, että opiskelija osaa työskennellä kulttuurituotannon alalla yrittäjänä, työntekijänä tai yhteistyössä elinkeinoelämän kanssa, tunnistaa ja osaa kehittää yksityisen sektorin yhteistyömahdollisuuksia.

suuksia julkisen ja kolmannen sektorin kanssa, osaa mallintaa, rakentaa ja toteuttaa yhteistyötä moniammatillisessa ja monialaisessa verkostossa, laajentaa näkökulmaansa kulttuuriviennin ja kansainvälisen yhteistyön suuntaan sekä syventää yrittäjyyteen liittyviä tietojaan ja taitojaan. (Humak 2013d.)

Jo aiemmin on mainittu, että liiketalousosaaminen koostuu taloushallinnosta, henkilöstöjohtamisesta, rahoituksesta ja markkinoinnista sekä siitä, että tietoa ja taitoa osataan soveltaa (Viitala & Jylhä 2006, 7–8). Nämä asiat tulevat esiin Humakin liiketalousopintojaksojen sisällöissä sekä tavoitteissa.

3.2 Opetussuunnitelmauudistus

Humakin Turun kampukselle tulee vuonna 2013 kulttuurituotannon koulutusohjelman lisäksi yhteisöpedagogiikan koulutusohjelma. Tämän vuoksi koulutusohjelmien yhteiset opinnot synkronoidaan yhteen. Opetussuunnitelmauudistus kehittää opetussuunnitelmaa vastaamaan muuttuvan työelämän ja yhteiskunnan tarpeita ja huolehtii siitä, että opiskelijoiden ammatillisten kompetenssin opettaminen on ajan tasalla. Näiden asioiden vuoksi Humak aikoo uudistaa opetussuunnitelmaansa. (Hautio 2013.) Turun kampuksen aluekoordinaattori Iina-Maria Piilisen (2013) mukaan kulttuurituotannon ala on myös jatkuvasti muuttuva, ja vahvempi liiketaloudellinen osaaminen on kulttuurituottajille ajankohtaista. Uusi opetussuunnitelma otetaan käyttöön syksyllä 2013.

Aiemmassa opetussuunnitelmassa kaikki liiketalousopintojaksot ovat olleet kymmenen opintopisteen suuruisia. Lukuvuonna 2011–2012 tehtiin muutos, joka pilkkoi kaikki opintojaksot viiden opintopisteen suuruiseksi (Hautio 2013). Opintojaksojen pilkkominen auttaa kurssien sisältöjen eriyttämisessä toisistaan. Opiskelijoiden on täten myös helpompi saada kurssit suoritetuiksi, kun kyseessä ei ole enää niin laaja kokonaisuus. Uudessa opetussuunnitelmassa opintojaksot on myös nimetty uusiksi, jotta ne voidaan erottaa sisällöllisesti paremmin toisistaan (Hautio 2013). Näiden uudistuksen lisäksi tulevassa opetussuunnitelmassa liiketalouskurssit sijoitetaan enimmäkseen viimeisille opiskeluvuosille. Tämä saattaa johtua esimerkiksi siitä, että kurs-

sien sisältö on haastavaa, ja kulttuurin toimintaympäristöistä on hyvä tietää perusteet ennen kuin niitä lähdetään soveltamaan liiketalouteen.

Lehtori Jenny Hongan (2013) mukaan tuotteistaminen aiotaan nostaa omaksi opinto-kokonaisuudekseen sen tärkeyden vuoksi. Myös mediataitoja, englanninkielen taitoja sekä juridiikkaa aiotaan korostaa, sillä ne liittyvät olennaisesti liiketoimintaan nyky-päivänä. Syksyllä 2013 tapahtuu toinenkin uudistus: Humakin kolmannen ja neljän-nen vuosikurssin opiskelijat siirtyvät opiskelemaan pääsääntöisesti luovien alojen tapahtumakeskus Logomoon, joka sijaitsee Turun keskustassa. Logomo hallinnoi ja vuokraa entisen Konepajan kiinteistön tiloja sekä pitkäaikaiseen toimitilakäyttöön, taiteilijoiden työtiloiksi että lyhytaikaisille tapahtumille. Logomon päävuokralaisiksi kohdentuvat luovan alan yritykset ja näiden alojen koulutusta ja harrastusmahdollisuuksia tarjoavat organisaatiot. (Logomo liiketoimintasuunnitelma 2010.) Tästä uu-distuksesta seuraa se hyöty, että opiskelijat verkostoituvat nykyistä tehokkaammin jo ennen valmistumistaan luovien alojen edustajien kanssa.

4 KULTTUURI YHTEYDESSÄ TALOUTEEN

Taide- ja kulttuurikenttä on tällä hetkellä muutoksessa, sillä julkisen sektorin kulttuuri-toiminnan päämäärät suuntautuvat ja organisoituvat uusiksi. Tämä näkyy siten, että julkinen sektori on muuttumassa kulttuurituottajien työllistäjästä potentiaalisesti yhteistyökumppaniksi, ja osa kulttuurituottajista hakee työllisyysmahdollisuuksia yhteistyöstä mm. matkailu-, sosiaali- ja terveys-, sekä tietotekniikka-alojen kanssa. (Halonen 2011, 53.) Tuottajakoulutuksen tulisi kehittää tätä monialaista yhteistyötä. Koulutuksessa olisi pystyttävä entistä paremmin yhdistämään kehittämistyö käytännön ko-keiluihin erilaisten toimijoiden kanssa. On myös tärkeää, että koulutuksen kautta opiskelijoille syntyisi ymmärrys monialaisen yhteistyön merkityksestä. (Mitchell & Oinaala 2012, 41.) Koulutuksessa on löydettävä tasapaino siitä, kuinka laajaa työllisyyttä eri rajapinnoilla oletetaan syntyvän ja sen jälkeen tarkasteltava, millaisilla osaamisilla kyseisen rajapinnan tuotannollinen toiminta kehittyy parhaiten (Halonen & Mitchell 2012, 33).

Uudelleen organisoituminen näkyy myös siten, että kulttuuritoiminta on siirtymässä entistä enemmän yhtiömuotoiseen toimintaan. Organisaatioiden kokoluokka kasvaa ja omistusta halutaan jakaa useamman kesken. Toisaalta myös mikroyritysten määrä alalla kasvaa. (Juurakko ym. 2010, 120.) Markkinatietoisuus on täten tullut nykyään yhä vahvemaksi osaksi kulttuuripolitiikkaa. Kulttuuria on alettu tarkastella yhä enemmän puhtaasti taloudellisen hyödyn näkökulmasta. Kulttuurituotantoa on ryhdytty katsomaan toimialana, jonka tehtävänä on toimia markkinataloudessa itsenäisenä ja itsensä rahoittavana sektorina. (Wilenius 2004, 80.)

Myös Tarjanne (2012, 34) toteaa kulttuurin ja luovien alojen olevan suuren muutoksen keskellä, minkä vuoksi tuottajien liiketoimintaan, kulttuurivientiin ja yritysten verkostoihin liittyvää osaamista tulee lisätä. Liiketaloudellisen osaamisen korostuminen kulttuurituottajille näkyy mm. siinä, että johtoryhmien jäsenet vaihtuvat nykyään sisältöasiantuntijoista taloudellisemmin painottuneisiin osaajiin. Liiketoiminnalliseen osaamiseen liittyy yrittäjämäinen asenne, jota odotetaan tuottajalta huolimatta siitä, millä sektorilla hän toimii. (Artes, Björkqvist, Halonen, Iso-Aho & Uotila 2010, 47.)

Koska luovaan talouteen liittyvä luova osaaminen ja sen hyödyntämisen merkitys on leviämässä perinteisiltä kulttuurialoilta yhä laajemmin koko talouden kenttään, on se haaste sekä koulutukselle että ammatissa toimiville. Koulutuksen suunnittelussa tulee siis olla ajan tasalla ja pohtia, ovatko koulutuksen painopisteet sopivia ja miten tulevaisuuden haasteisiin tulisi valmentautua. (Tarjanne 2012, 34.)

Näistä muutoksista johtuen kulttuurituotannon koulutuksessa tulisi Nikoskisen (2010, 106) mukaan panostaa enemmän johtamisen, organisoinnin ja liiketoimintaosaamisen sisältöihin. Osaamisvaatimusten keskellä tulee kuitenkin pohtia, miten alan taiteelliset arvot ja varsinainen sisällöntuotanto pidetään koulutuksen avulla kilpailukykyisinä ja tasa-arvoisina taloudellisen harkinnan ja liiketoiminnallisen osaamisen saaneiden kaupallisten intressien kanssa. (Lageström & Mitchell 2005, 200.)

4.1 Kulttuurituotanto taiteen ja talouden välissä

Kulttuuria ja taloutta ei ole totuttu yhdistämään toisiinsa ja ne ymmärretään usein toisistaan irrallisiksi. Kulttuuri nähdään kaukaisena ja ylevänä kun taas talous nähdään lähinnä rahan tekemisenä. Kulttuuria ja taloutta yhdistäviä seikkoja on kuitenkin runsaasti, ja niiden määrä kasvaa alati. (Wilenius 2004, 11.) Vaikka yhdistäviä seikkoja onkin runsaasti, tuntuu, ettei kulttuurikentällä keskitytä talousasioihin riittävästi. Kulttuurituottajuus kun on luovan talouden mahdollisuuksien hyödyntämisessä avainasemassa. Liiketoiminnan kehittämiseen ja kansainvälistymiseen tulisi kiinnittää yhä enemmän huomiota. (Kaunisharju 2012, 13.)

Taiteen ja kulttuurin toimialoja on alettu pitää maailmanlaajuisesti keskeisinä taloudellisen kasvun ja viennin kannalta, ja niitä on alettu kutsua luoviksi toimialoiksi. Tämän tulisi johtaa opetuksessa siihen, että kulttuuria ja taidetta käsitellään yhtenä vientituotekokonaisuutena. Kulttuurikentän kehittämisen kannalta on todella tärkeää, että koulutuksessa korostetaan riittävästi myös kulttuurin ja taiteen omia arvoja ja intressejä sekä huomioidaan niiden tuotannon haasteet. (Halonen & Mitchell 2012, 33.)

Halonen (2011, 21) on tutkinut väitöskirjassaan miten kulttuurituottajat löytävät ammatillisen paikkansa talouden ja taiteen arvomaailmojen risteyskohdassa. Taloudelliset arvot ovat nousseet 90-luvun alusta alkaen yhä keskeisemmälle sijalle taiteen kenttää koskevissa keskusteluissa. Kulttuurituottajalta odotetaan nykyään liiketoiminnallista ajattelua. Liiketoiminnasta tosin ei yleensä puhuta liiketaloudellisin termein. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että puhutaan markkinoinnin sijaan viestinnästä, sponsoreita kutsutaan yhteistyökumppaneiksi ja saavutettavuusajattelu korvaa yleisösegmentoinnin. (Mt., 51.)

Kulttuurituotannon kentällä taloudellinen menestys ei Halosen (mt., 24) mukaan takaa voittoa, sillä muut kulttuurikentän toimijat, kuten taiteilijat ja muut kulttuurituottajat, eivät arvosta taloudellista menestystä samalla tavalla kuin kentän ulkopuoliset toimijat. Kulttuurikentällä on edelleen liiketoiminnan vastaista asennetta, joten tuottajien tehtävänä on viedä liiketoimintaideoita eteenpäin ja vakuuttaa kulttuuripuolen toimijat siitä, että tuotteistamisesta huolimatta kulttuuri ja taide voivat säilyttää korkean tasonsa. (Wilenius 2004, 84–85.) Kulttuuriteollisen ajattelun voimistumisen myötä juuri taloudelliset arvot ovat nousseet yhä keskeisemmiksi kulttuuritoiminnassa, ja kulttuuriakaan ei pystytä tuottamaan ilman jonkinlaisia taloudellisia voimavaroja. Toisin sanoen rahaa tarvitaan aina jossain määrin, koska ilmaisia kulttuuripalveluja ei ole olemassakaan. (Juurakko ym. 2010, 16.)

Halonen (2011, 57) jatkaa, että osa kulttuurituottajista suhtautuu halveksien voiton tavoittelemiseen ja korostaa kulttuurisisällön merkitystä. Sen sijaan osan kulttuurituottajien toimintaa motivoi taloudellinen menestys kulttuurisen pääoman jäädessä vähäisemmälle huomiolle. Yhdistyspohjaisesti toimivien festivaaliorganisaatioiden tuottajat leimautuvat selvästi vähemmän kaupallisiksi kuin yrityspohjaisissa festivaaliorganisaatioissa toimivat tuottajat (mt., 59). Taloudellisen pääoman halveksijat eivät kuitenkaan ehkä ymmärrä sitä, että maailman suurimpiin toimijoihin kuuluvat monikansalliset viihdealan yritykset hallitsevat varsin pitkälle globalisoitunutta kaupallista kulttuurituotannon kenttää. Viihdealan yritykset ovat erittäin keskeinen osa kulttuurituotannon toiminnan dynamiikkaa potentiaalisina työnantajina, kulttuurisisältöisten tuotteiden ja palveluiden kehittäjinä, kilpailijoina, kulttuurituotteiden uusien jakelumuotojen ja -kanavien rakentajina sekä kulutuskäyttäytymisen muokkaajina. (Halonen 2011, 25.)

Vaikka kulttuurin ensisijainen tehtävä ei ole tuottaa taloudellista voittoa, kulttuuripalveluiden tuottaminen voidaan nähdä tavalla tai toisella liiketoimintana silloin, kun se työllistää yhden tai useampia henkilöitä. Toiminnan tarkastelu myös rahassa mitattuna auttaa toimijoita pitämään realiteetit mielessä. (Juurakko ym. 2010, 17.) Haastavaksi tämän tekee se, että kulttuurituottajien tulee löytää sellaisia rahoituksen keinoja, jotka taiteilijat hyväksyvät. Kuitenkin samanaikaisesti markkinoitumisen kautta tuottajien huomio on suuntautunut aiempaa enemmän taiteilijan sijasta asiakaslähtöiseen ajatteluun ja kuluttajien ostokäyttäytymisen analysointiin. (Halonen 2011, 25–26). Tuottajien täytyy siis pystyä muuntamaan tuotteita ja palveluita asiakkaille helposti ostettaviksi, ja tähän tarkoitukseen esimerkiksi todella epäkaupalliset taideproduktiot eivät sovellu.

Taiteilijoiden sisältötoiveiden lisäksi kulttuurituottaja tarvitsee nykypäivänä yhä enemmän tietoa siitä, mitä asiakkaat haluavat. Tuottajien tulee pystyä uusien palveluiden lisäksi rakentamaan ja kehittämään vanhoja palveluita pysyäkseen ajan hermoilla. Esimerkiksi teattereissa Shakespearen näytelmistä voidaan tehdä nykyään hyvinkin moderneja tulkintoja, mikä 50 vuotta sitten ei olisi ollut mahdollista. Lisäksi taideproduktioita, kuten stand up -esityksiä, tuodaan työpaikoille, sillä ihmiset ovat nykyään monesti liian kiireisiä tullakseen katsomaan niitä ravintolaan. Nykyään työpaikoilla panostetaan virkistystoimintaan työkyvyn parantamiseksi ja viihtyvyyden lisäämiseksi. Koulutuksessa siis pitäisi tuoda esiin ennakkoluuloton yhteistyö myös epätodennäköisten tahojen kanssa. Tällaista yhteistyötä tarvitaan perinteisten teollisuus- ja kulttuurialojen kesken. (Mitchell & Oinaala 2012, 41.)

Kulttuurin kaupallistaminen

Kulttuurikentällä ajatus kulttuurin kaupallistamisesta tuntuu monesta epämiellyttävältä. Kuten Pekola (2009, 6) toteaa, ei ole väärin suhtautua kulttuuritapahtumaan samalla lailla kuin jonkin yrityksen tarjoamaan palveluun. Pelko siitä, että kulttuuri menettää sielunsa ja tarkoituksensa, kun sitä myydään, on kuitenkin suurimmaksi osaksi turhaa. Ei pidä odottaa kulttuurin myyvän itse itseään, vaan sitä pitää myydä. Esimerkiksi kentällä harmitellaan usein sitä, että tapahtumien liput eivät mene kaupaksi. Kulttuurituotteita ei haluta liiaksi kaupallistaa, vaan niissä halutaan säilyttää niiden oma taiteellinen luonne. Nämä kaksi asiaa on kuitenkin mahdollista yhdistää. (Talo-

uselämä 2007.) Myös Wileniuksien (2004, 83) mukaan kulttuurin taloudellisen merkityksen korostaminen on herättänyt kulttuuritoimijoissa pelkoa siitä, että kulttuurin arvoa aletaan mitata taloudellisen tuloksen kautta. Ongelmallista onkin, jos kulttuuria aletaan arvottaa vain taloudellisen tuloksen kautta, sillä kaikki kulttuuri ei lähtökohtaisesti koskaan tule pääsemään taloudellisesti kannattavaksi. Raha ei saisi olla ainoa arvon mittari, sillä silloin epäkaupallinen, marginaalisempi kulttuuri kuolee pois. Jos kannattavasta taloudesta tulee uusi arvon mittari myös kulttuurin avustuspoliitikassa, sillä voi olla kohtalokkaita seurauksia avustuksia yhä tarvitseville tuotannoille. Mielestäni kulttuurin arvoa voidaan mitata sekä taiteellisen sisällön että talouden kautta, eivätkä ne sulje pois toisiaan.

Sponsorointi on yleistynyt lähivuosina yhä enemmän kulttuurin kentällä etenkin urheilussa ja tapahtumissa. Esimerkiksi jääkiekko-otteluissa mainostetaan olutmerkkejä, koska olutpanimoilta saa tuotantoihin suuret rahat. Urheilun yhdistäminen alkoholiin ei kuitenkaan ole välttämättä kovin positiivista. Tuottajan omista arvoista riippuen hän voi päättää millaisia sponsoreita esimerkiksi tapahtumiin haluaa, mutta toisaalta kulttuurikentällä rahasta tuntuu olevan aina pulaa, joten kompromisseja täytyy usein tehdä. Talouden yhdistämisessä kulttuuriin siis piilee myös nurja puoli.

Mielenkiintoinen kysymys on se, miksi kulttuurituottajat tuntuvat vierastavan myynti-työtä. Jotta kulttuurikysyntä voisi lisääntyä, tarvitaan tuottajilta myyntitaitoja. Kulttuuri voi samanaikaisesti varmistaa tarvitsemansa rahoituksen ja oman korkean taiteellisen tasonsa vain kysynnän ja sen tason nostamisella. (Talouselämä 2007.) Kulttuurituotannon opinnoissa voisi mielestäni olla pelkkään myymiseenkin liittyviä opintojaksoja. Markkinointi- ja myyntitaidot ovat todella oleellisia kulttuurituottajille. Kulttuuristen tuotteiden ja palveluiden tuottamisessa tarvitaan yhä enemmän paitsi luovuutta myös liiketoimintaosaamista (Wilenius 2004, 17).

Kulttuurituotanto voisi ottaa oppia liiketaloudesta esimerkiksi tuotteistamisessa sekä voittoon pyrkivänä toimialana. Talouden kautta voitaisiin saada kulttuurista kaupallisesti kannattavampaa, jolloin se myös työllistäisi useampia kulttuurialan ihmisiä. Kaiken kulttuurin ei tietenkään tarvitse olla kaupallista, ja hyvä niin. Talouspuolella sitä vastoin voitaisiin hyödyntää enemmän kulttuuritoimijoiden luovuutta. Kulttuurin ja talouden yhtenäistäminen ei kuitenkaan ole niin helppoa. Vaikka kulttuuritoimijat lisäisi-

vät liike-toiminnallista osaamistaan, tapahtumien myynti eroaa paljon tavallisen yrityksen myynnistä ja markkinoinnista. Haasteellisempaa tapahtumien myynnistä tekee se, että niiden yhteydessä kaupataan abstrakteja asioita, kuten tunteita, elämyksiä ja vapaa-ajan viettoa. On paljon helpompaa myydä ihmiselle pesukone kuin mieltä ylentävä kokemus. Kulttuuritoimijat tarvitsevat liiketoiminnallista osaamista, mutta tapahtuman myyjällä tulisi olla erinomainen kyky abstraktien asioiden kiinnostavaan esilletuontiin. (Pekola 2009, 66.) Tämä on seikka, joka kulttuurituotannon koulutuksen tulisi ottaa huomioon liiketalousopinnoissa.

Talouteen liittyy olennaisena osana taloushallinto, jonka kohtaaminen tuntuu usein olevan tuottajille haastavaa ja epämiellyttävääkin. Kulttuuri käsitetään yleisesti taiteen ja viihteen tuottamiseksi ja luovaksi toiminnaksi. Taloushallinto taas on joukko lain säättämiä tehtäviä, joista luovuus on kaukana. Tästä huolimatta, kun kulttuuri muodostuu liiketoiminnaksi, täytyy tuottajan paneutua myös taloushallintoon. (Juurakko ym. 2010, 98.) Taloushallinto mielletään usein vain kirjanpidoksi, mutta se pitää sisällään koko joukon erilaisia lakisääteisiä tehtäviä ja toimintoja. Taloushallinnon toimintoja kirjanpidon lisäksi ovat esimerkiksi tilintarkastus, verotus, palkanlaskenta, maksuliikenne, laskutus, saatavien valvonta, myyntireskontra ja ostoreskontran hoito tai kustannuslaskenta. Taloushallinto antaa tärkeää tietoa tuottajalle luovan toiminnan ohjaukseen ja suunnittelun tarpeisiin. Samalla taloushallinto vastaa osaltaan lakisääteisten velvoitteiden täyttämisestä. (Mt., 98.)

Kulttuurin ja talouden yhdistäminen on pääsääntöisesti positiivista, mutta siihen liittyy myös negatiivisia аспекteja. Kulttuurituottajilta odotetaan liiketoiminnallista ajattelua, sillä kulttuuria tulee osata myydä, jotta se menisi kaupaksi. Kulttuurin kaupallistaminen myös lisää tuottajien työllistymistä. Tuottajien tulee kuitenkin työssään huomioida taiteen ja kulttuurin omat arvot.

4.2 Kulttuurituottajan ammattispesifi liiketalousosaaminen

Kulttuurituottajan ammattispesifi osaaminen koostuu taide- ja kulttuurisisältöisistä aineista, liiketoiminnallisista aineista sekä produktiotyöskentelyosaamisesta. Eri ammattikorkeakoulut painottavat erilaisia asioita. Keskeinen ero on liiketoiminnallisten ja

taidesisältöisten aineiden opetusten välillä. Esimerkiksi Metropolia ammattikorkeakoulussa opiskelu on selkeästi liiketaloudellisesti painottunutta. Liiketoiminnallisten aineiden osuus on moninkertainen nykyisessä ammattikorkeakoulutasoisessa kulttuurituottajakoulutuksessa verrattuna noin kolmenkymmenen vuoden takaiseen kulttuurisihteerikoulutukseen. Ammattispesifin osaamisen ydin ei enää selkeästi ole tietyn kulttuurialan hallinta, vaan pikemminkin yhdistelmä kulttuuri- ja liiketaloudellista osaamista. (Halonen 2011, 52.)

Vuosina 2002–2004 laadittujen kulttuurituottajien opetussuunnitelmien analyysin mukaan tuottajakoulutuksen ydin määrittyy kolmeen osaan, jotka ovat produktiotyöskentely, taideaineet ja liiketoiminnalliset aineet. Koulutuksen päämääränä on, että tuore kulttuurituottaja on monialainen projektitoimija, joka tietää perusteet sekä eri taidelajeista tai niiden soveltavasta käytöstä että perusteet liiketoiminnallisista aineista. (Halonen 2006, 258.) Tuottajalle tärkein ominaisuus tuntuu olevan se, että hän tietää kaikesta hieman. Esimerkiksi kirjanpidosta ja lakiasioista on hyvä tietää jotakin, vaikka niiden ammattilainen ei olisikaan. Tuottajakoulutuksen tulisi täten olla ennen kaikkea yleissivistävä.

Lehtorit Iina-Maria Piilinen ja Annika Mäkelä Humakin Turun kampukselta ovat tehneet vuonna 2008 kehittämishankeraportin, jossa he kartoittivat kulttuurituottajan osaamisvaatimuksia Humakin kulttuurituotannon koulutusohjelman opetussuunnitelmauudistuksen pohjaksi. Uusi opetussuunnitelma tuli käyttöön syksyllä 2009. Piilinen ja Mäkelä (2008) käyttivät osaamisvaatimuksien tunnistamisessa työelämän edustajien haastatteluja ja heille lähetettyjä kyselyitä, koulutusohjelmasta valmistuneiden opiskelijoiden haastatteluja sekä koulutusohjelman henkilökunnalle suunnattua sähköistä kyselyä (Piilinen & Mäkelä 2008, 17). Kehittämishankeraportissa haettiin työelämän edustajilta vastauksia siihen, millaista osaamista kulttuurituottaja tarvitsee menestyäkseen kentällä. Eniten mainintoja saivat laaja-alainen kulttuurin sisältöosaaminen, ihmissuhdetaidot ja rahoitusosaaminen, johon kuuluu taloushallinto, erilaisten rahoituslähteiden tunteminen ja niiden käyttäminen sujuvasti. Eri rahoitusmallien hahmottaminen nousi esiin melkein kaikissa vastauksissa ja kulttuurituottajilta toivottiin mahdollisimman laajaa osaamista talouden ja rahoituksen kentällä. Lisäksi vaaditaan osaamista käytännön taloushallinnosta kuten kirjanpidosta, budjetoinnista ym. (Mt., 17, 28, 30.)

Piilinen ja Mäkelä (mt., 34) tiedustelivat työelämän edustajilta ja alumneilta tämän hetken kulttuurituottajilta mahdollisesti puuttuvia taitoja ja ominaisuuksia. Ehdottomasti eniten kulttuurituottajilta arvioitiin puuttuvan rahoitukseen ja talousasioihin liittyviä taitoja. Yleisemmin kaivattiin rahoituksen hakemiseen liittyviä taitoja eli eri rahoituslähteiden tuntemusta ja luovaa yhdistelemistä sekä taloudellista ajattelua yleensäkin. Myös hinnoittelu, verotus ja taloushallinto saivat useita mainintoja. Useat vastaajat totesivat tuottajilta puuttuvan markkinoinnillista ajattelukykyä, asiakastuntemusta ja tuotteistamisosaamista. Jokseenkin paljon mainintoja saivat myös lakiasiat, kuten sopimus-, vero-, ja työoikeus. (Mt., 35.) Tutkimuksesta ei käynyt ilmi, olivatko nämä mielipiteet työelämän edustajien, alumnien, vai molempien mielipiteitä. Piilisen ja Mäkelän (mt., 35) mielestä kyselyiden tuloksista voi päätellä, että yksi kulttuurituottajan tärkeimmistä osaamisalueista on rahoitus- ja talousosaaminen, joka näyttää olevan myös se osaamisalue, joka heiltä useimmin puuttuu tai joka jää heikommalle painoarvolle tutkinnossa.

Huomionarvoista oli se, että taloustaidoista useimpia mainintoja saivat eri rahoituslähteiden tuntemus ja taloudellinen ajattelu, kun taas talousasioihin liittyvät operationaaliset taidot saivat vähemmän huomiota. Tämä saattaa Piilisen ja Mäkelän (mt., 35) arvioiden mukaan perustua siihen, että operationaaliset taidot, kuten kirjanpito ja budjetointi, ovat taitoja, jotka on suhteellisen helppo oppia työtä tekemällä, kunhan korkeampitasoinen taloudellinen ajattelu on hallussa. Joka tapauksessa sekä talouteen että rahoitukseen liittyvät laajempialaiset osaamisalueet että niihin liittyvät operationaaliset taidot koettiin puutteellisiksi tutkimusajankohdan kulttuurituottajilla. Näin ollen voidaan todeta, että edellä mainittujen asioiden entistä suurempi painottaminen tulevassa opetussuunnitelmassa on todella tärkeää. (Mt., 35.) Korkeampitasoista taloudellista ajattelua pystyttäisiin mielestäni kehittämään Humakissa siten, että taloudellinen näkökulma kulkisi vahvemmin mukana joka kurssilla koko opintojen ajan, eikä painottuisi pelkästään liiketalouskurssien varaan.

Jo aiemmissa tutkimuksissa on siis todettu, että talouteen ja rahoitukseen liittyvät osaamisalueet ovat sekä todella tärkeitä, mutta myös puutteellisia, tämän hetken kulttuurituottajille. Moni kulttuurin osa-alue, kuten esimerkiksi esittävä taide, toimii lähinnä hankerahoituksella ja apurahoilla, joten eri rahoitusmallien hahmottaminen ja

niiden sujuva käyttäminen on ymmärrettävästi taito, jota työelämän edustajat toivovat kulttuurituottajilta.

5 TUTKIMUSMENETELMÄ

Opinnäytetyössä on käytetty kvantitatiivista tutkimusta. Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kysely. Kysely valittiin siksi, että sillä pystyi saavuttamaan helposti ja nopeasti sekä kulttuurituottajaopiskelijat että jo valmistuneet kulttuurituottajat ympäri Suomen. Tutkimuksen kannalta oli tärkeää saada mahdollisimman monta vastausta, jotta saadaan tietää opiskelijoiden ja jo valmistuneiden yleisiä mielipiteitä ja näkemyksiä, ja jotta tuloksia voidaan yleistää.

Kyselyt laadittiin sekä Humakin nykyisille kulttuurituottajaopiskelijoille että jo Humakista valmistuneille kulttuurituottajille. Nykyisiltä opiskelijoilta haluttiin saada hyvin ajankohtaista tietoa, näkemyksiä ja mielipiteitä koulutuksesta. Valmistuneilta taas haluttiin saada näkökulmaa siihen, miten he ovat pärjänneet työelämässä Humakista saamallaan valmiuksilla, ja miten paljon he ovat tarvinneet liiketaloudellisia taitoja työssään. Ensiksi laadittiin kysely Humakin nykyisille kulttuurituottajaopiskelijoille (liite 1). Kysely oli auki joulukuun 2012 alusta tammikuun 2013 loppuun, yhteensä noin viisi viikkoa. Kysely laadittiin myös Humakista jo valmistuneille kulttuurituottajille (liite 2). Kysely oli auki helmikuun 2013 alusta maaliskuun 2013 alkuun, yhteensä myös noin viisi viikkoa. Kyselypohja oli molemmissa tapauksissa melko samanlainen.

5.1 Tutkimuksen reliaabelius ja validius

Tarja Heikkilän (2008, 16) mukaan määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä, joten se edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Opiskelijoiden kyselyyn vastasi 53 henkeä. Tällä hetkellä Humakissa nuorten tutkintoon johtavassa koulutuksessa kulttuurituottantoa opiskelee yhteensä 360 henkeä, joista läsnä on 316 henkilöä. Aikuisten tutkintoon johtavassa koulutuksessa opiskelee tällä hetkellä 129 henkeä, joista läsnä on 103 henkeä. (Lönroth 2013.) Yhteensä läsnä on siis 419 henkilöä. Kun vastausprosenttia verrataan tällä hetkellä läsnä olevien opiskelijoiden määrään, on vastausprosentti 12,6 %. Valmistuneiden kyselyyn vastasi 20 henkeä.

Kysely tavoitti noin 125 valmistunutta kulttuurituottajaa, eli heidän vastausprosenttinsa on 16 %. Tavoitettujen valmistuneiden määrä on arvioitu tutkimuksessa sen mukaan, että alumnirekisterissä on ollut vuoden 2012 elokuussa 280 henkilöä, joista selkeästi kulttuurituotannosta on valmistunut 92 alumnia (Rajalin 2012). Vuonna 2013 alumnirekisterissä on noin 350 henkilöä (Rajalin 2013). Määrä on täten raja-arvoista laskettu, arvioitu lukumäärä. Vastausprosenttien pienuuden takia tutkimus ei ole täysin reliaabeli, ja tuloksien yleistettävyyteen tulee suhtautua varauksella.

Tutkimuksen reliaabeliudessa tulee huomioida myös se, että kyselyyn vastasivat hyvin luultavasti juuri ne, jotka ovat kiinnostuneita liiketalousasioista, jolloin myös korostuu niiden tärkeys ja mielenkiintoisuus. Kaikki Humakin opiskelijat ja valmistuneet eivät siis välttämättä tätä mieltä olleet. Toisaalta taas 53 opiskelijaa ja 20 valmistunutta olivat lähes kaikki hyvin samoilla linjoilla vastauksissaan, ja kyselyyn vastanneilla on ollut motiivi kehittää Humakin toimintaa, joten yleisesti ottaen tuloksia voi mielestäni yleistää melko hyvin.

Tutkimuksen validiteettiin eli pätevyyteen liittyy mm. se, miten neutraali tutkimus on. Piilisen ja Mäkelän (2008, 22–23) mukaan kyselyä tehdessä kysymysten muotoilussa auttaa, jos tuntee kohderyhmän. Ongelmaksi muodostuu kuitenkin usein se, että kysymykset peilaavat tutkijan käsityksiä tutkittavasta asiasta. Vastaaajan on helppo tunnistaa nämä käsitykset ja vastata tutkijan toivomalla tavalla, jolloin tutkimus ei täytä tehtäväänsä. (Vilka 2005, 104–105.) Minulla on hyvin vahva mielipide asiasta, jota tutkin, joten haasteenani oli olla mahdollisimman neutraali kysymysten asettelussa. Neutraaliuden saavuttamisessa auttoi se, että laitoin kyselyn vanhemmilleni luettavaksi ja arvioitavaksi ennen sen jakamista. Vanhempani kokivat kyselyn toimivaksi ja objektiiviseksi, joten en tehnyt siihen muutoksia.

Validiuden takaamiseksi mitään kysymystä ei asetettu pakolliseksi, jotta ketään ei jättäisi vastaamatta siksi, ettei halua tai osaa vastata johonkin kysymykseen, eikä täten voi osallistua koko kyselyyn. Kyselyssä pyrittiin minimoimaan mahdollisuus siihen, että sama ihminen vastaisi useamman kerran. Kyselyyn laitettiin asetus, joka salli vastata vain kerran julkiseen kyselyyn, jolloin selaimeen jää eväste. Ennen kyselyn jakamista sen kohderyhmälle, pyysin muutamaa

henkilöä omalta vuosikurssiltani testaamaan kyselyn toimivuuden vastaamalla siihen. Heidän avullaan sain myös tiedon siitä, kuinka kauan kyselyyn vastaaminen suunnilleen vie.

Kyselyä jaettiin opiskelijoille koulun oman intranetin, Humak Pro:n, kautta sekä Facebookissa oman vuosikurssini suljetussa ryhmässä. Valmistuneille kysely lähetettiin alumniyhdistyksen sähköisen uutiskirjeen kautta. Lisäksi kyselystä tiedotettiin alumni Facebook-sivuilla sekä Humak Pro:n alumni-foorumilla. Sekä alumneille että opiskelijoille kirjoitettiin kyselyyn saatekirje, jossa esiteltiin lyhyesti opinnäytetyön aihe sekä korostettiin, että kysely on suunnattu Humakin opiskelijoille ja Humakista valmistuneille. Saatteessa kerrottiin myös, että kyselyn tarkoituksena on Humakin opetuksen kehittäminen. Liiketalous-termi on hyvin laaja ja sen voi mieltää monella eri tavalla. Väärinymmärrysten välttämiseksi ja validiuden parantamiseksi kyselyn alkuun kirjoitettiin selite, jossa kerrottiin, mitä kyselyssä tarkoitetaan liiketoiminnalla, liiketaloudellisella osaamisella sekä liiketoiminnallisella ajattelulla.

Kyselyn tulosten analysointiin käytettiin lähinnä Webropolin omaa Webropol Analytics-ohjelmaa. Jonkin verran analysointiin käytettiin myös SPSS-analyysiohjelmaa. SPSS on kätevä työkalu silloin, kun kyselytanta on todella suuri ja aineisto laaja. Näin ei tämän tutkimuksen kohdalla ollut, joten suurimmaksi osaksi kysymysten tarkasteluun riitti Webropol Analytics. SPSS-ohjelmalla sai kuitenkin tehtyä esimerkiksi käteviä ristiintaulukointeja vastauksista.

Yhteenvetona voidaan todeta, että tutkimus oli pääosin validi. Kysely pohjautui tutkittavan asian teoriaan ja taustaan, ja kysymysten asettelu oli neutraali. Kysymykset oli laadittu selkeiksi ja jaettu loogiseen järjestykseen. Valintakysymykseen oli laitettu vaihtoehdoksi 'en osaa sanoa', jos vastaajalla ei ollut mielipidettä asiaan. Tutkimuksen validiutta heikentää hieman muutama kysymys, esimerkiksi kurssija oli vaikeaa arvioida, koska ne riippuivat niin paljon opettajista. Opetussuunnitelma on myös vaihtunut kesken viidennen vuoden ja siitä vanhempien opiskelijoiden opiskelun, joten kurssien nimet eivät olleet heille tuttuja. Kursien sisältöjä olisi tullut avata enemmän tai laittaa mukaan myös vanhan opetussuunnitelman mukaiset kurssien nimet. Edellä mainituista kohdista tulikin kritiikkiä muutamalta vastaajalta.

Kyselyn loppuun annettiin vastaajille vielä mahdollisuus kommentoida kyselyä ja antaa siitä palautetta. Opiskelijoista viisi henkeä mielsi kyselyn ja opinnäytetyön aiheen tärkeäksi. Valmistuneista kyselyä kehui tarpeelliseksi ja hyväksi neljä henkeä. Kysely sai valmistuneilta kritiikkiä myös siitä, että avoimia kohtia oli liikaa ja kysymyksissä oli aika paljon päällekkäisyyksiä. Totesin myöhemmin, että kysymykset 'Onko mielestäsi Humakin liiketaloudellisen opetuksen määrä riittävä' ja 'Tulisiko mielestäsi Humakin lisätä liiketaloudellisia opintoja' olivat lähes identtiset ja niistä olisi voinut valita vain toisen.

5.2 Kyselyn rakentaminen

Määrällisessä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita erilaisista luokitteluista, syy- ja seuraussuhteista, vertailusta sekä ilmiön selittämisestä numeerisiin tuloksiin perustuen (Jyväskylän yliopisto 2013). Tutkimuksen tuloksissa kiinnostavaa on mm. vertailla niitä eri kampuksien sekä vuosikurssien kesken. Mielenkiintoisia ovat myös havainnot esimerkiksi vastaajien pohjakoulutuksen syy- ja seuraussuhteista vastaajien näkemyksiin liiketaloudesta.

Opiskelijoiden lomakkeeseen muodostui 23 kysymystä. Kyselyn ensimmäiset yhdeksän kysymystä koskivat vastaajien taustatietoja, kuten sukupuolta, opiskelukampusta, ikää, meneillään olevaa opintovuotta sekä pohjakoulutusta. Taustatietojen perusteella pystyttiin luokittelemaan ja vertailemaan vastauksia keskenään esimerkiksi kampuksittain. Itse aiheeseen liittyvät kysymykset koskivat mm. millä kulttuurin osa-alueilla opiskelijat haluavat toimia valmistuttuaan kulttuurituottajiksi, kuinka tarpeellisia tietyt kulttuurin osa-alueet ovat opiskelijoiden mielestä kulttuurituottajille, ja kuinka paljon he ovat tarvinneet näitä osa-alueita tekemissään kulttuurialan projekteissa ja harjoitteluissa.

Humanistiseen ammattikorkeakouluun liittyen kysyttiin, onko opiskelijoiden mielestä liiketaloudellinen opetus riittävää, miten opiskelijat oppivat parhaiten liiketaloudellisia asioita, ja kuinka hyödyllisinä opiskelijat ovat pitäneet Humakin liiketalouskursseja. Kyselyssä tiedusteltiin myös opiskelijoiden kiinnostusta yrittäjyydestä ja yrityksessä työntekijänä toimimisesta. Avoimissa kysymyksissä tie-

dusteltiin mitä liiketalousopintoja opiskelijoiden mielestä tulisi lisätä ja missä muodossa, sekä onko opiskelijoilla jotain Humakin ulkopuolelta saatua liiketaloudellista osaamista. Kyselyssä tiedusteltiin myös erillisessä kysymyksessä millainen on opiskelijoiden mielipide ja näkemys liiketaloudesta kulttuurituottaja-opiskelijana. Tämä kysymys oli tahallisesti hyvin laaja, eikä sitä lähdetty tarkentamaan sitä enempää, koska haluttiin opiskelijoiden pystyvän vastaamaan mitä tahansa aiheeseen liittyvää, ilman että vastauksia ohjataan johonkin tiettyyn suuntaan, tai niitä rajataan.

Valmistuneiden kyselylomakkeesta tuli hieman lyhyempi, siihen laadittiin 19 kysymystä. Ensimmäiset viisi kysymystä koskivat vastaajien taustatietoja. Pohjakoulutuksesta ei laitettu monivalintakysymyksiä valmistuneille, vaan kysyttiin yksittäisessä avoimessa kysymyksessä, onko heillä kulttuurituottajaopintojen ja -töiden ulkopuolella hankittua liiketaloudellista osaamista ja onko heillä kaupallisen alan koulutusta tai tutkintoa. Valmistuneilta kysyttiin lähinnä samoja kysymyksiä kuin opiskelijoiltakin. Tämän lisäksi tiedusteltiin, kuinka paljon vastanneet ovat työskennelleet valmistumisensa jälkeen kulttuurituotannon alalla, millä kulttuuriin osa-alueilla he ovat työskennelleet, ja ovatko he toimineet yksityisellä tai julkisella sektorilla. Pois jätettiin kysymys Humakin liiketalouskursseista, sillä kurssien nimet ja sisällöt ovat muuttuneet lähivuosina. Avoimet kysymykset olivat samoja kuin opiskelijoiden lomakkeessa.

Kysymysten asettelu

Kyselyssä on sekä avoimia kysymyksiä että suljettuja, eli vaihtoehtoja antavia kysymyksiä. Heikkilä kertoo kirjassaan Tilastollinen tutkimus (2008, 49) avoimien kysymysten kannustavan vapaaseen mielipiteiden antoon, eikä vastaajien valintamahdollisuuksia rajata millään lailla. Avoimet kysymykset ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kun vaihtoehtoja ei tarkkaan tunneta. Heikkilä jatkaa (mt., 29), että avoimille kysymyksille on tyypillistä esimerkiksi se, että ne houkuttelevat vastaamatta jättämiseen ja ne on helppoja laatia, mutta vastauksia on työlästä käsitellä. Avoimilla kysymyksillä voi myös saada vastauksia, joita ei etukäteen ole huomattu, esimerkiksi hyviä ideoita.

Kyselyyn oli hyvä laittaa useampi avoin kohta siksi, että voisi saada syventävää materiaalia sekä opiskelijoiden että valmistuneiden mielipiteistä. Esimerkiksi kysyessä vastaajien mielipiteitä ja näkemyksiä liiketaloudesta, mitään valmiita vaihtoehtoja ei ole olemassa. Kysyessä, mitä opintoja Humakin tulisi lisätä ja missä muodossa, vastaajilta sai puolestaan hyviä ideoita.

Suljetuissa kysymyksissä on valmiit vaihtoehdot, joista tässä tapauksessa rasti-tetaan sopiva, tai sopivat, vaihtoehdot. Suljettuja kysymyksiä kutsutaan myös strukturoiduiksi kysymyksiksi. Heikkilän (mt., 50–51) mukaan suljetut kysymykset ovat tarkoituksenmukaisia, kun selvästi rajatut vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen ja niitä on rajoitetusti. Suljetut kysymykset eivät rajaa pois esimerkiksi vastaajia, jotka eivät ole kielellisesti kovin lahjakkaita. Suljetut kysymykset ovat myös avoimia kysymyksiä helpompia ja nopeampia käsitellä. Vastausvaihtoehtojen on oltava toisensa poissulkevia ja jokaiselle vastaajalle pitää löytyä sopiva vaihtoehto, mutta vaihtoehtoja ei saa olla kovin paljon.

Suljettuja valintakysymyksiä olivat taustakysymyksissä ikä, sukupuoli, opiskelukampus sekä meneillään oleva opiskeluvuosi. Valintakysymyksiä olivat myös kysymykset, jotka koskivat sitä, miten tarpeelliseksi liiketoimintaosaaminen koettiin, tulisiko Humakissa lisätä liiketalousopetusta sekä voiko kulttuuri säilyttää korkean tasonsa sen tuotteistamisesta huolimatta.

Kyselyssä on käytetty myös Likertin asteikkoa, 5-portaista järjestysasteikkoa, jossa toisena ääripäänä tässä tapauksessa käytetään esimerkiksi 'täysin riittämätön' ja toisena ääripäänä 'täysin riittävä'. Vastaaja valitsee asteikolta parhaiten omaa käsitystään vastaavan vaihtoehdon. (Mt., 53.) Likertin asteikkoa käytettiin kysymyksissä, joissa haluttiin tietää kysytyjen asioiden arvo tai tärkeys, sekä joissa haluttiin verrata vaihtoehtojen sijoituksia.

Heikkilä (mt., 16) jatkaa kertomalla, että määrällisessä tutkimuksessa voidaan asioita kuvata numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioin. Taulukoita käytettiin laaja-alaisissa kysymyksissä, joiden vastauksia havainnollistavat paremmin kuviot, kuin pelkkä teksti.

6 TULOSTEN ANALYSOINTI

Opiskelijoiden kyselyyn vastasi 53 henkilöä eri Humakin kampuksilta. Niissä vastauksissa, joihin kaikki tai lähes kaikki ovat vastanneet, tuloksia käsitellään prosenttilukuina. Niissä vastauksissa, mihin alle 10 opiskelijaa on vastannut, tuloksia käsitellään lukumäärinä. Avoimien vastauksien tuloksissa käytetään myös lukumääriä.

Valmistuneiden kyselyyn vastasi 20 henkeä. Lukumäärän pienuuden takia vastauksia käsitellään lukumäärinä.

6.1 Taustatiedot

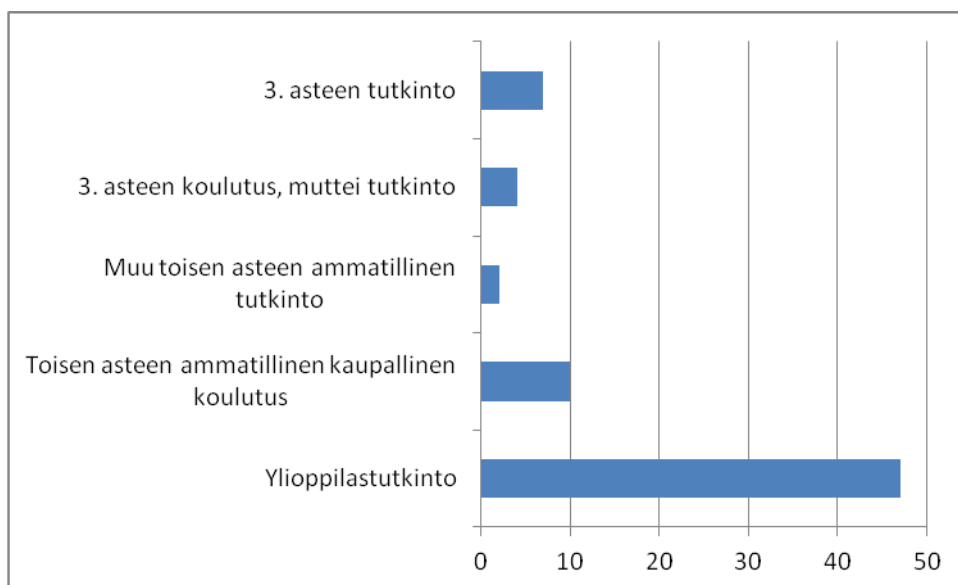
Opiskelijat

Opiskelijoiden kyselyyn vastanneista 88 % oli naisia ja 10 % miehiä (2 % vastanneista ei määritellyt sukupuoltaan). Tämä ei ollut yllättävää, sillä Humakissa kulttuurituotantoa opiskelevat ovat ehdottomasti suurimmaksi osaksi naispuolisia (Lönnroth 2013). Suurin osa vastaajista oli iältään 23–26 -vuotiaita (37 %). 19–22 -vuotiaita oli 30 %. 27–30 -vuotiaita ja 31–34 -vuotiaita oli molempia 12 %. Yli 35-vuotiaita oli 11 % vastanneista.

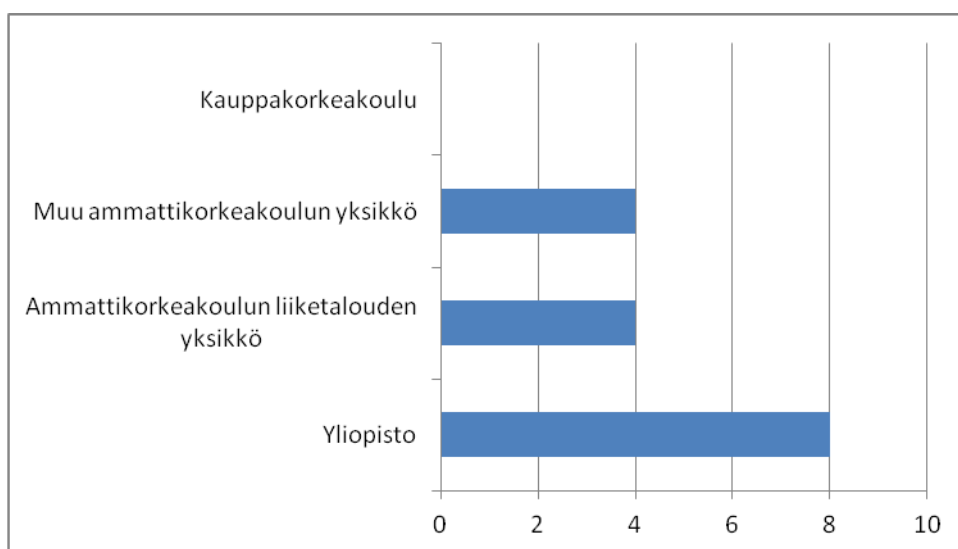
Suurin osa (46 %) kyselyyn vastanneista oli Turun kampuksen opiskelijoita. Se selittyy varmasti sillä, että opiskelen itse Turun kampuksella ja pystyin mainostamaan kyselyäni enemmän turkulaisille esimerkiksi Facebookin kautta. Vain Turusta vastasi viidennen tai yli viidennen vuoden (6 %) opiskelijat ja selkeästi eniten (36 %) tuli vastauksia neljännen vuosikurssin opiskelijoilta, koska he ovat luokkatovereitani. Myös kolmannen vuosikurssin opiskelijoilta tuli paljon (30 %) vastauksia. Ensimmäisen vuoden opiskelijoita oli 13 % ja toisen vuoden opiskelijoita 15 % vastanneista. Kyselyyn vastasi yhteensä 53 henkilöä, joista 24 henkilöä on Turun kampukselta, 15 Jyväskylästä ja 12 Kauniaisista. Kaksi henkilöä ei halunnut vastata opiskelukampustaan.

Kysyin opiskelijoilta heidän pohjakoulutustaan. Kuten alla sijaitsevista taulukoista näkee, ehdottomasti suurimmalla osalla opiskelijoista oli pohjakoulutuksenaan ylioppilastutkinto, ja melko harvalla vastanneista oli aiempaa 3. asteen koulutusta tai tutkintoa.

TAULUKKO 2. Opiskelijoiden pohjakoulutus ennen Humanistiseen ammattikorkeakouluun siirtymistä.



TAULUKKO 3. Opiskelijoiden 3.asteen koulutuksen suuntaukset.



Opiskelijoista melko harvalla (14 henkilöä) oli kulttuurituottajaopintojen ulkopuolella hankittua liiketaloudellista osaamista. Ne, joilla sitä oli, olivat saaneet sen ehdottomasti suurimmaksi osaksi rahastonhoidosta yhdistyksessä (4 henkilöä).

Muutamalla oli oma toiminimi (2 henkilöä) tai myyjäkoulutusta (2 henkilöä). Muilla oli kokemusta sponsoriyhteistyöstä (1), työkokemusta kaupan alalta (1), työkokemusta rahoitusosalta (1), työharjoittelukokemusta tilitoimistosta (1), äänestömänä yhtiömiehenä toimimista (1) tai työkokemusta julkishallinnosta (1).

Todella harvalla opiskelijalla oli entuudestaan koulutusta tai tutkintoa liiketaloudellisista aineista. Myöskään kulttuurituottajaopintojen ulkopuolella hankittua liiketaloudellista osaamista oli harvalla, joten liiketalouden perusteiden opettaminen on tärkeää Humakissa.

Valmistuneet

Valmistuneiden kyselyyn vastasi 15 naista ja viisi miestä. Suurin osa vastaajista (7 henkilöä) oli iältään 31–34 -vuotiaita. 23–26 -vuotiaita oli 5 henkilöä, kuten myös 27–30 -vuotiaita. 35-vuotiaita tai siitä vanhempia oli 3 henkilöä.

Vastaajista neljä henkilöä oli valmistunut Jyväskylän kampukselta, kahdeksan Kauniaisista ja kahdeksan Turusta. Valmistuneiden osalta kampuksien väliset erot vastausmäärissä eivät olleet niin suuria kuin opiskelijoiden kohdalla. Suurin osa vastaajista (9 henkilöä) oli valmistunut vuonna 2011. Mukana oli myös neljä 2008 tai aikaisemmin valmistunutta. Vuonna 2009 oli valmistunut kaksi henkilöä ja vuonna 2012 oli valmistunut kolme henkilöä. Kaksi henkilöä ei halunnut vastata kysymykseen.

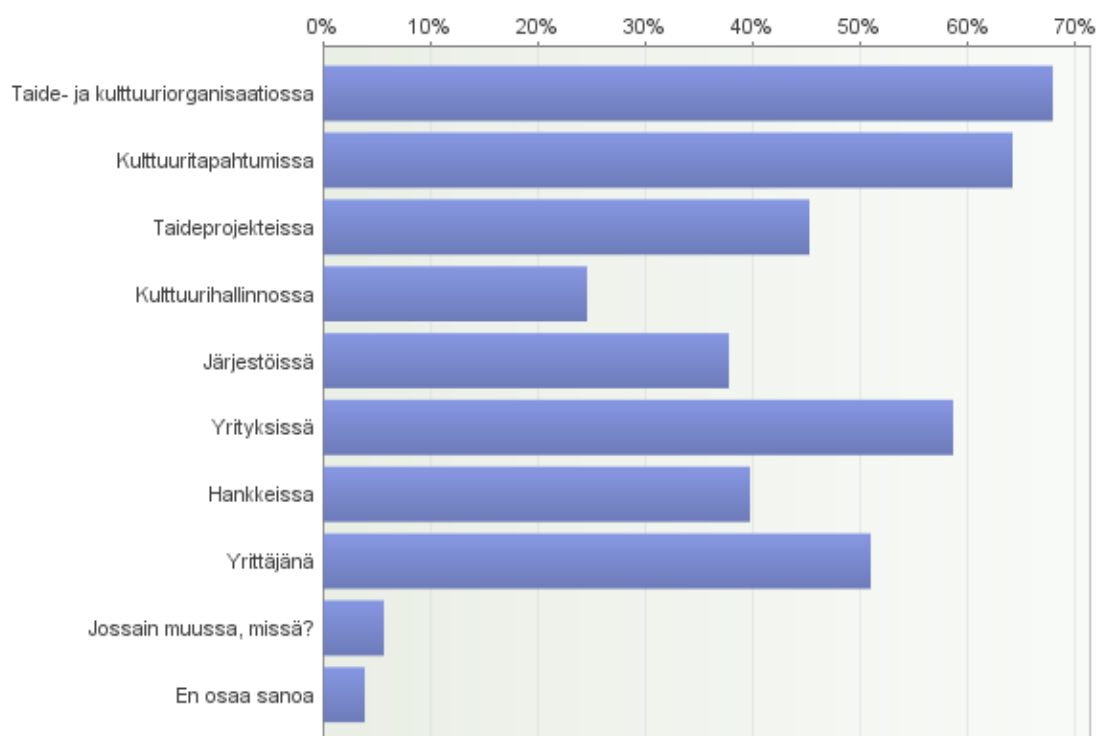
Valmistuneilla oli selkeästi enemmän kulttuurituottajaopintojen ja -töiden ulkopuolella hankittua liiketaloudellista osaamista kuin opiskelijoilla. Tämä saattaa johtua siitä, että heillä on ollut opintojensa jälkeen intressiä hankkia osaamista lisää. Kyselyyn vastanneista valmistuneista 14 henkilöllä oli Humakin ulkopuolella hankittua liiketaloudellista osaamista. Vastaajista kolme henkilöä oli toiminut perheyriyksessä. Kaupan alalla tai ravintolassa esimiestehtävissä oli työskennellyt neljä henkilöä. Omaa yritystoimintaa oli kahdella henkilöllä vastanneista. Aiempaa tutkintoa alalta oli kolmella henkilöllä. Vastaajista kaksi henkilöä oli täydentänyt liiketaloudellisia taitojaan opintojen jälkeen ja yksi henkilö oli ajatellut täydentämistä. Muilla oli kokemusta markkinointimerkonomin tutkinnosta (1) tai restonomin tutkinnosta (1).

Opiskelijoista tyypillinen kyselyyn vastaaja on siis Turun kampukselle opiskeleva, 23–26 -vuotias nainen, jolla on pohjakoulutuksenaan ylioppilastutkinto. Valmistuneista tyypillinen vastaaja on Turun tai Kauniaisen kampuksella opiskellut, 31–34 -vuotias vuonna 2011 valmistunut nainen.

6.2 Työllistyminen kulttuurin kentälle

Kyselyssä opiskelijoilta tiedusteltiin, millä kulttuurin osa-alueilla he haluaisivat työskennellä valmistuttuaan kulttuurituottajiksi.

TAULUKKO 4. Opiskelijoiden toiveet kulttuurikentälle työllistymisestä valmistumisen jälkeen.

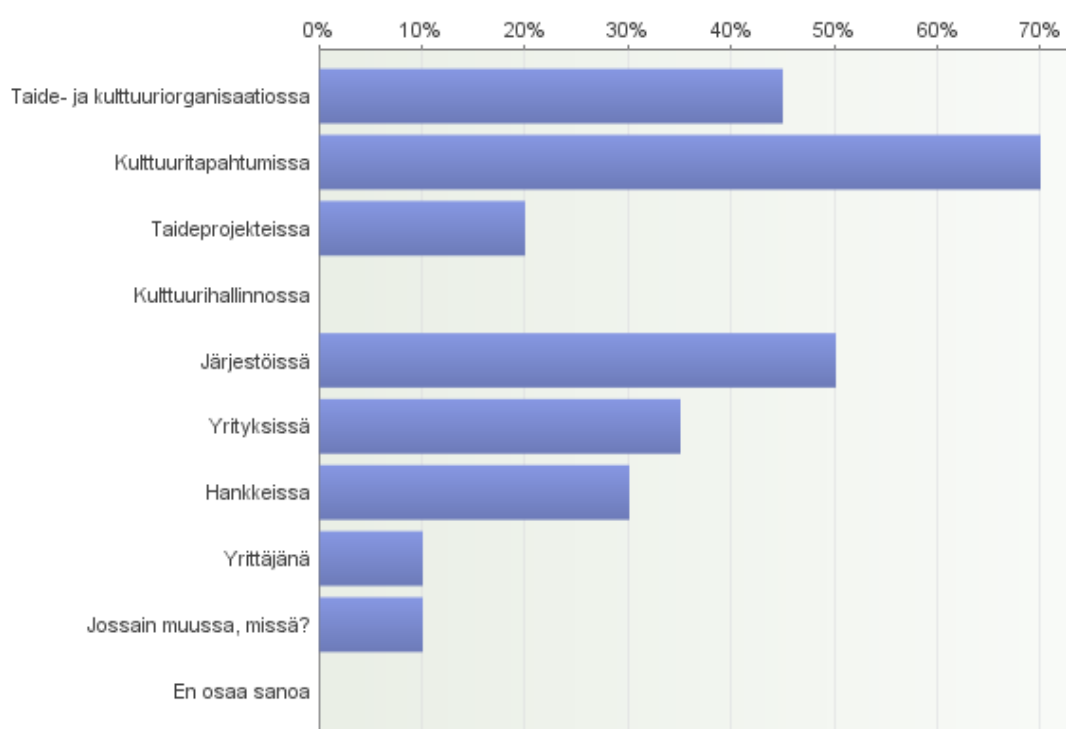


Taulukossa olevien osa-alueiden lisäksi mainintoja saivat media (1) ja elokuva-tuotannot (1). Työllistyminen taide- ja kulttuuriorganisaatioihin, kulttuuritapahtumiin sekä yrityksiin kiinnosti opiskelijoilta eniten. Kaikki vaihtoehdot saivat jonkin verran kannatusta, joten vaikuttaisi siltä, että opiskelijoita kiinnostaa työllistyä

todella monipuolisesti eri kulttuurin saroille. Kaikilla näillä saroilla tarvitaan liike-
taloudellista osaamista.

Valmistuneista kulttuurituottajista kaikki (20 henkilöä) olivat työskennelleet Hu-
makin jälkeen ainakin jonkin verran kulttuurituotannon alalla, joten vastauksia
voidaan hyvin peilata kulttuurituotannon työelämään. Kahdeksan vastaajaa oli
työskennellyt alalla paljon, kuusi jonkin verran ja kuusi vain vähän.

TAULUKKO 5. Valmistuneiden työllistyminen kulttuurikentälle.



Valmistuneista suurin osa oli toiminut kulttuuritapahtumissa. Myös järjestöissä
ja taide- ja kulttuuriorganisaatioissa oli työskennelty paljon. Kukaan vastaajista
ei ollut työskennellyt kulttuurihallinnossa. Valmistuneiden työllistymisen osa-
alueet vastaavat suurimmaksi osaksi hyvin opiskelijoiden toiveita työllistymises-
tä monipuolisesti kulttuurin kentälle.

Tuottajien työllisyys on usein projektien varaan rakentuva, jolloin toimeksiantajat
voivat jakaantua julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin välille (Halonen
2004, 67). Kulttuurituottajan tehtävissä yksityisellä sektorilla oli työskennellyt
kahdeksan henkilöä ja julkisella sektorilla neljä henkilöä. Kummallakaan sekto-

rilla ei ollut työskennellyt kuusi henkilöä. Vastausvaihtoehdoista oli jätetty epähuomiossa pois kolmas sektori -vaihtoehto, mistä muutama vastaaja antoi kritiikkiä kyselyn palauteosiossa. Ne vastaajat, jotka olivat toimineet yksityisellä sektorilla (8 henkilöä), olivat toimineet lähinnä osakeyhtiössä (8 henkilöä). Kyselyyn vastanneista kaksi henkilöä oli toiminut osuuskunnassa ja yksi henkilö yhteiskunnallisessa yrityksessä. Kyselyn vastauksien perusteella siis yleisin yritysmuoto kulttuurialalla näyttäisi olevan osakeyhtiö.

Kulttuurituottajien toiminta-alue on laaja. Tuottajat sijoittuvat useimmiten kuntiin ja kolmannelle sektorille. Yrittäjyys on ollut tuottajien keskuudessa vähäistä, mikä on toimialan ja työn luonteen kannalta mielenkiintoista. (Nikoskinen 2010, 24.) Tuottajat saattavat kokea yritystoiminnan luovilla aloilla vaivalloiseksi tai riskialttiiksi, sillä kulttuuritoiminta on usein kausiluonteista ja suhdanneherkkää. Tämän takia yrittäjyys aiheuttaa pelkoa siitä, miten töiden väliin jäävien jaksojen aikana voidaan pärjätä taloudellisesti. (Halonen 2004, 48.) Myös kaupallisuus saattaa vähentää halukkuutta yrittäjäksi ryhtymiseen. Toisaalta kulttuurialan yleisen työtilanteen ja valmiiden työpaikkojen vähyys voisi ajatella pienentävän kynnystä alkaa yrittäjäksi. (Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 2007, 51.) Valmistuneista vain 10 % (2 henkilöä) oli toiminut yrittäjänä. Opiskelijoista kuitenkin puolet (50 %) oli kiinnostunut yrittäjyydestä. Vaikuttaisi siis siltä, että tulevaisuuden tuottajat saattavat olla potentiaalisia yrittäjiä. Valmistuneilla toisaalta taas on paremmat realiteetit kentän mahdollisista haasteista yrittäjyyden suhteen.

Yhteenvedona voidaan sanoa, että kyselyn tulosten mukaan kulttuurituottajat voivat työllistyä todella monipuolisesti kulttuurin eri osa-alueille. Tämä on positiivinen huomio, sillä se tarjoaa laajasti vaihtoehtoja työllistymiseen.

6.3 Liiketalousopetus Humakissa

Kyselyssä tiedusteltiin sekä opiskelijoilta että valmistuneilta tulisiko Humakin heidän mielestään lisätä liiketaloudellisia opintoja. Kuten alla olevasta taulukosta käy ilmi, toiveita liiketaloudellisten opintojen lisäämiselle selkeästi oli opiskeli-

joiden keskuudessa kaikilla kampuksilla. Yhteensä 49 % opiskelijoista oli sitä mieltä, että liiketaloudellisia opintoja tulisi lisätä, ja 36 % sitä mieltä, että niitä ehkä pitäisi lisätä.

TAULUKKO 6. Opiskelijat. Tulisiko Humanistisen ammattikorkeakoulun lisätä liiketaloudellisia opintoja.

		Tulisiko mielestäsi Humanistisessa ammattikorkeakoulussa lisätä liiketaloudellisia opintoja?				Total
		Kyllä	Ei	Ehkä	En osaa sanoa	
Millä kampuksella opiskelet?	Jyväskylä	8	0	4	3	15
	Kauniainen	4	0	7	1	12
	Turku	13	2	8	1	24
	En halua vastata	1	0	0	0	1
Total		26	2	19	5	52

Seuraavissa kaavioissa verrataan opiskelijoiden ja myös valmistuneiden mielipiteitä siitä, onko Humakin liiketaloudellisen opetuksen määrä riittävä, sekä siitä, tulisiko Humakin lisätä liiketaloudellisia opintoja. Koska kysymykset ovat lähes identtiset, tarkastellaan vastauksia allekkain.

TAULUKKO 7. Humakin liiketalousopetuksen riittävyys.

	Onko Humakin liiketaloudellisen opetuksen määrä riittävä						Total
	Täysin riittävä	Melko riittävä	Ei riittävä, eikä riittämätön	Melko riittämätön	Täysin riittämätön	En osaa sanoa	
Opiskelijat	0	8	15	19	5	6	53
Valmistuneet	0	2	2	12	3	1	20

TAULUKKO 8. Humakin liiketaloudellisten opintojen lisääminen.

Tulisiko Humakin lisätä liiketaloudellisia opintoja					
	Kyllä	Ei	Ehkä	En osaa sanoa	Total

Opiskelijat	26	2	19	6	53
Valmistuneet	16	0	2	2	20

Sekä opiskelijat että valmistuneet olivat suurimmaksi osaksi sitä mieltä, että Humakin liiketaloudellisen opetuksen määrä on melko riittämätön. Osa opiskelijoista ei osannut sanoa. Tämä saattaa johtua siitä, että osa vastaajista oli vasta ensimmäisen tai toisen vuosikurssin opiskelijoita. Ehdottomasti suurin osa sekä opiskelijoista että valmistuneista oli sitä mieltä, että Humakin tulisi lisätä liiketaloudellisia opintoja. Koska opintojen määrä koettiin suurimmaksi osaksi melko riittämättömäksi, tulisi opintoja kenties lisätä ainakin kymmenen opintopistettä lisää. Liiketalousopetuksen määrän lisäämiselle on selkeästi tarvetta.

6.4 Humakin liiketalousopintojaksot

Suurimmaksi osaksi (24 %) Humakin liiketalousopintojaksot oli koettu opiskelijoiden keskuudessa melko hyödyllisiksi. Pakollisista Humakin liiketalousopintojaksoista erittäin hyödyllisiksi oli koettu talouden perusteet ja rahoitus (27 %) sekä taloushallinto (47 %). Melko hyödyllisenä talouden perusteet ja rahoitus -opintojaksoa vastaajista piti 48 % ja taloushallintoa 45 %. Tämä saattaa johtua siitä, että talouden perusteet ja rahoitus -opintojakso on ensimmäinen talousopintojakso, joka käydään, joten kaikki asia on uutta, ja toisilla opintojaksoilla samat asiat toistuvat melko paljon. Talouden perusteet ja rahoitus -opintojaksossa käsitellään budjetoinnin lisäksi rahastoja ja niiden hakemista.

(--) opintokokonaisuudet voisi suunnitella tarkemmin. Niin, että eri jaksoissa olisi eri sisällöt ja ne johtaisivat entistä tarkemmin johonkin. Nyt tuntuu, että kaikki talousasioihin liittyvät jaksot kertaavat samat perusteet ja jäävät siihen. (Vastaaja nro.24, nainen, 1.vuosi)

Mielenkiintoista on, että todella monen vastaajan (80 %) mielestä markkinointi oli todella tärkeää kulttuurituottajalle, mutta silti markkinointi oli saanut kaikkein huonoimmat arvostelut opintojaksona, koska 34 % mielestä opintojakso on ollut melko hyödytön. Mukana oli kuitenkin myös vastauksia, joissa markkinointiopintojakso oli saanut hyvät arvostelut. Vaihtelevat arviot voivat merkitä esimerkiksi sitä, että opintojakson opettajalla on ollut vaikutusta opiskelijoiden tyytyväisyy-

teen. Moni ei ollut käynyt nuori yrittäjäyys -opintojaksoa, mutta ne (12 henkilöä), jotka olivat, kokivat opintojakson joko todella hyödylliseksi (5 henkilöä) tai melko hyödylliseksi (4 henkilöä). Kahden henkilön mielestä opintojakso ei ollut hyödytön eikä hyödyllinen. Yksi henkilö ei osannut sanoa. Kyseistä opintojaksoa kannattaisi tällä perusteella mainostaa vielä enemmän.

Kyselyn avoimista vastauksista ilmeni, että moni (11 henkilöä) oli sitä mieltä, että liiketalousopetusta tulisi olla 5–10 opintopistettä lisää. Vaihteli hyvin paljon, halusivatko kyselyyn vastanneet opiskelijat opintopisteitä lisää pakollisina (4 henkilöä) vai valinnaisina (8 henkilöä) kursseina. Osa vastaajista (6 henkilöä) haluaisi lisää sekä pakollisia että valinnaisia liiketalouskursseja. Osa (6 henkilöä) oli myös sitä mieltä, että opintopisteiden määrä on tällä hetkellä riittävä, mutta opintojaksojen sisältöjä tulisi muuttaa sekä opetusta parantaa. Työharjoitteluissa voitaisiin vastaajien mukaan enemmän panostaa ja keskittyä liiketaloudelliseen osaamiseen. Taloushallinnon opetusta muutama (5 henkilöä) mainitsi kaipaavansa lisää.

Tarjotut kurssit ovat mielestäni olleet hyviä. Niissä kuitenkin voitaisiin vielä enemmän tehdä käytännössä laskelmia ja harjoitella paljon enemmän kuin mitä tähän mennessä on tehty. (Vastaaja nro. 10, nainen, Jyväskylä, 4.vuosi)

Nykyisten pakollisten kurssien sisältöä tulisi tehostaa ja lisätä, kurssien tulisi vaatia enemmän. 20 op tuntuu riittävältä jos kaikki kurssien aiheet on relevantteja ja opettajat hyviä (nyt niin ei ole ollut). Pakollisia kursseja ja käytännön tutustumista. Kurssit voisi olla eri vuosina, nyt kaikki oli ekana vuonna ja tiedot unohtuvat nopeasti. (Vastaaja nro.31, nainen, Kauniainen, 3. vuosi)

Kyselyn avoimista vastauksista ilmeni, että moni (4 henkilöä) valmistuneista oli sitä mieltä, että liiketalousopintojaksoja tulisi olla lisää sekä pakollisina että valinnaisina. Toisin kuin opiskelijat, kolme valmistuneista oli sitä mieltä, että opintojaksoja voisi suorittaa verkkokursseina. Projektien ja työharjoittelujen merkitystä korostivat kuusi henkilöä, sillä heidän mielestään ne ovat parhaita väyliä liiketaloustaitojen syventämiseen.

Nykyisenä työnantajana parasta on, että opiskelijat tekevät itsenäisiä projekteja. (Vastaaja nro 3, nainen, Jyväskylä, valmistunut 2008 tai aikaisemmin)

Perustietojen saamiseen pakolliset kontaktikurssit toimivat parhaiten. Valinnaiset tulisi tarjota syventämisvaihtoehtoihin. Talouden hallinta jäi omien opintojeni aikana liian pieneksi suhteessa sen tarpeellisuuteen työelämässä. (Vastaja nro.4, nainen, Turku, valmistunut 2011)

Kursseilla pitäisi käsitellä enemmän liiketoiminnan aloittamiseen ja yrityksen pyörittämiseen liittyviä päivittäisiä asioita. Nykyään taloushallinto ja liiketoiminta käsittää Humakissa lähinnä apurahahakemusten täyttämistä. Kulttuurituottajan pitäisi tajuta jotain kannattavasta liiketoiminnasta; ei ole mitään järkeä kouluttaa apurahalla eläviä taiteilijoita ja sen lisäksi kulttuurituottajia jotka täyttävät apurahahakemuksia taiteilijoiden puolesta. Tuottajissa pitäisi herätellä enemmän ns. businessvaistoja, sen sijaan että luodaan käsitys, jossa valtio ja säätiöt ovat ainoat kulttuuria mahdollistavat ja rahoittavat tekijät. (Vastaja nro.6, nainen, Turku, valmistunut v.2011)

Kaikkea, sekä pakollista luennointia, tehtäviä että mitä vaan. Verkko-kurssitkin miksei jos ne on järkevästi toteutettuja. Itse nipistäisin niistä kulttuurin sisällöistä, joissa oli eri kursseilla ihan samaa asiaa. Ainakin 20-30 op lisää nykyiseen. Lisäksi myös laatu ratkaisee. En tiedä onko kyse siitä, ettei opettaja/opettajan rekrytoija ole selvillä talousasioista valmistamisesta. (Vastaja nro.8, nainen, Turku)

Yhteenvedon voidaan todeta, että opiskelijat ja valmistuneet toivovat, että liiketalousopintojaksojen sisältöjä eriytettäisiin entisestään toisistaan. Liiketalousopintojaksoja voisi olla nykyiseen verrattuna lisää sekä pakollisina että valinnaisina opintojaksoina. Myöskään projektien ja työharjoittelun merkitystä oppimisessa ei tule unohtaa.

6.5 Oppimistapa

Humakissa opintojaksoja voidaan opiskella eri oppimisympäristöissä. Näitä ovat kontaktiopetus, itsenäisesti suoritettavat opinnot, työharjoittelu, projektiopinnot ja verkko-opinnot. Kontaktiopetus on perinteisen luento-opetuksen lisäksi opiskelijoiden osallisuutta ja yhteisöllistä oppimista edistävää työskentelyä. Itsenäisen työskentely mahdollistaa opiskelijalle itsenäisen tiedon hankkimisen, analysoinnin ja uuden tiedon tuottamisen hänelle sopivana ajankohtana. Harjoittelulla tarkoitetaan alan työpaikoissa tapahtuvaa työn tekemistä ja samalla työn ja/tai työyhteisön toiminnan tutkimista ja kehittämistä. (Humak 2013e.)

Opiskelijat vastasivat oppivansa selvästi eniten kontaktiopetuksesta (82 %), joten liiketaloudellista opetusta kannattaa olla kontaktiopetuksena. Hieman yllät-

tävää oli, että vaikka työharjoittelu saikin paljon kannatusta (69 %), se ei ollut ensimmäisellä sijalla. Tämä ehkä kertoo siitä, ettei harjoitteluissa pääse yleensä oppimaan paljon talousasioita. Projektityöskentelystä oppi 58 % vastanneista. Työpaja-vastausvaihtoehto sai myös 19 % kannatusta, vaikka ainakaan minun aikanani mitään opetusta ei ole ollut työpajana. Se toisi mukavaa vaihtelua ja varmasti sopisi joihinkin aiheisiin hyvin.

Tällä hetkellä lähes kaikki Humakin kurssit sisältävät todella paljon itsenäistä opiskelua. Opiskelijat kuitenkin kokivat liiketalousasiat todella tärkeiksi, mutta myös haastaviksi. Tähän ongelmaan kontaktiopetuksen lisääminen voisi tuoda merkittävää etua. Moni vastaaja toivoi, että opiskelija voisi halutessaan syventää liiketaloudellisia taitoja, ja ettei se jäisi vain oman tekemisen nojaan, vaan Humak tarjoaisi kunnon kursseja. Yksi vastaajista mainitsi myös yhteistyön kauppakorkeakoulujen tai muiden kaupallisten oppilaitosten kanssa.

Lähinnä toivoisin että liiketaloudellinen näkökulma olisi vahvempi joka ikisellä kurssilla. Nyt kurssisisällöt keskittyvät paljon yhdistyksiin tai järjestöihin tai julkiseen sektoriin, mutta yksityinen sektori jää vähemmälle huomiolle. Muokkaisin olemassa olevien kurssien sisältöjä uusiksi, nykyiset opintopistemäärät sinänsä suhteessa koko tutkintoon ovat riittävät. Kulttuuri liiketoimintana kurssi ei tarjoa mitään liiketaloudellista opetusta, oppi jää työharjoittelussa omaksuttuun tietoon. Lisäisin siihen vahvemman liiketaloudellisen näkökulman pakollisena kontaktiopetuksena. (Vastaaja nro.9, nainen, Kauniainen, 4, vuosi)

Liiketalous jää tällä hetkellä opetuksessa etäiseksi ja tuntuu ainakin itsestä hankalalta. Parissa kurssissa tehdään muutama keksitty budjetti ekana vuonna ja muuten liiketaloudellinen osaaminen riippuu pitkälti siitä millaisia harjoitteluja itse tekee. Elämme aikaa jolloin kaikesta supistetaan ja olisi ensiarvoisen tärkeää että koulutuksestamme valmistuisi monipuoliseksi alan osaajaksi. (Vastaaja nro.6, nainen, Turku, 4.vuosi)

Itse kiinnittäisin ennen kaikkea huomiota siihen että liiketalouteen liittyviä asioita opettaa ihmiset joilla on vahva substanssi opetettavalta alalta ja realistinen suhtautuminen nykyiseen liiketaloudelliseen toimintaympäristöön. Opetuksen sisällöt tulisi myös olla ajantasaista tai mieluummin toki ennakoivaa, esimerkiksi markkinointi sosiaalisessa mediassa, nettisivujen päivitys osana markkinointia ja niin edelleen. Kulttuurituottajan kun tarvitsee olla moniosaaja on tärkeää että annettu opetus on ytimekästä. (Vastaaja nro.20, nainen, Kauniainen, 3.vuosi)

Kuten nykyiset opiskelijat, myös suurin osa (14 henkilöä) valmistuneista oppi liiketaloudellisia asioita parhaiten kontaktiopetuksessa. Työharjoittelusta parhai-

ten oppi 11 henkilöä ja projektityöskentelystä 11 henkilöä. Verkko-oppimisen oli maininnut kaksi henkilöä vastanneista.

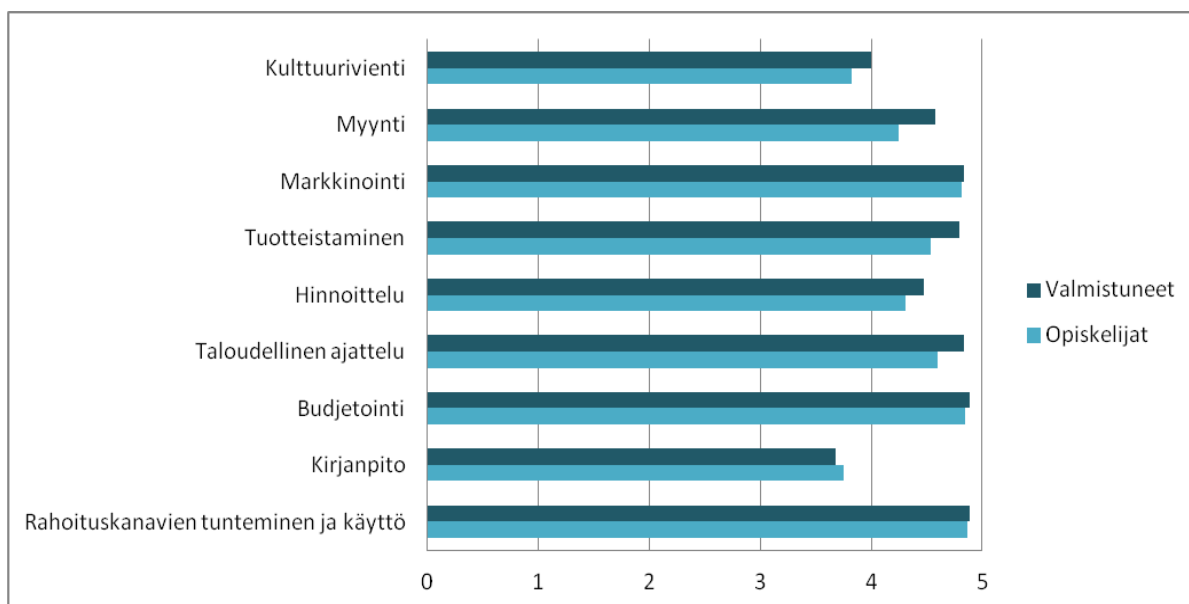
Oppimistavan painotuksissa oli eroa opiskelijoiden ja valmistuneiden kesken: Opiskelijoista jopa 82 % prosenttia oppi eniten kontaktiopetuksesta, kun vastaava luku valmistuneilla oli 70 %. Projektityöskentely taas sai enemmän kannatusta valmistuneiden kesken. Nämä erot saattavat johtua siitä, että ammatissa jo toimivat tietävät työelämän realiteetit ja osaavat nähdä sen, mikä on työelämässä tapahtuvan oppimisen hyöty myös liiketalousopinnoissa. Opiskelijoista suurin osa haluaa kontaktiopetusta kenties siksi, etteivät he vielä osaa liiketalouden perusteita riittävän hyvin voidakseen mennä opiskelemaan niitä kentälle työharjoittelujen ja projektien kautta.

Monien kulttuurin koulutusohjelmien ammattisuuntautuminen on johtanut siihen, että niissä korostetaan koulunomaisen tiedon ja tietämisen rinnalla käytännön toimissa tapahtuvaa harjaantumista. Tätä harjaantumista ovat esimerkiksi työharjoittelut, tilaustyöt, projekteihin ja tapahtumatuotantoon osallistuminen sekä omakohtaisten kulttuurituotantojen organisointi. Samalla opiskelijat kartuttavat kontaktiverkostoaan, ja useat tutustuvat tuleviin työnantajiinsa sekä yhteistyökumppaneihinsa. (Halonen & Mitchell 2012, 33.) Koulutuksen on oltava kiinteästi sidoksissa kentän toimintaan. Tekemällä oppiminen, kuten projektit ja työharjoittelut, ovat tärkeitä, mutta niissä on tarkkailtava laatua, jotta oppimista todella tapahtuisi. (Björkqvist & Halonen 2012, 37–38.) Tästä näkökulmasta katsottuna käytännön harjaantuminen teoriaopetuksen rinnalla on todella tärkeää, mutta käytännön töiden on oltava tarpeeksi laadukkaita, jotta ne lisäisivät oppimista.

6.6 Liiketalousosaaminen

Selkeästi suurimman osan (73 %) opiskelijoiden mielestä kulttuurituottajalle oli erittäin tarpeellista liiketoiminnallinen osaaminen. Tämä mielipide heijastui koko kyselyn vastauksiin selvästi. Myös lähes kaikki valmistuneista (19 henkilöä) olivat sitä mieltä, että liiketoiminnallinen osaaminen on kulttuurituottajalle erittäin tarpeellista. Kysymyksen tulos vahvistaa entisestään aiempia tutkimuksia liiketoiminnallisen osaamisen tarpeellisuudesta kulttuurituotannon alalla.

TAULUKKO 9. Liiketalouden osa-alueiden tarpeellisuus kulttuurituottajalle.

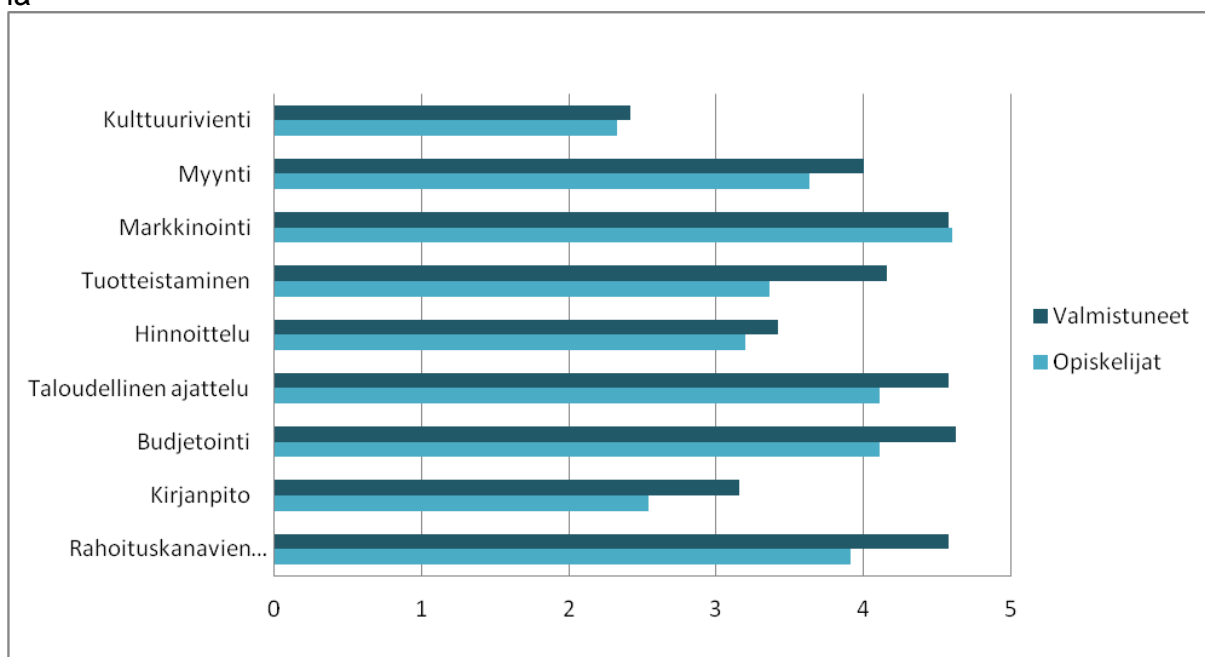


Kuten taulukoista on havaittavissa, lähes kaikki liiketalouden osa-alueet miellettiin kyselyssä sekä opiskelijoiden että valmistuneiden mielestä todella tarpeelliseksi kulttuurituottajalle. Kirjanpito ja kulttuurivienti koettiin vähiten tarpeellisiksi, rahoituskanavien tunteminen ja käyttö taas tarpeellisimmaksi taidoksi. Yleisesti ottaen valmistuneet kokivat kaikki osa-alueet, kuten tuotteistamisen, myynnin ja taloudellisen ajattelun, vielä tärkeämmäksi kuin opiskelijat. Tämä saattaa johtua siitä, että valmistuneilla on enemmän käytännön tietoa ja kokemusta osa-alueiden vaatimasta tiedosta ja taidosta työelämässä.

Uskon opiskelijoiden tulosten johtuvan siitä, että Humakissa opetetaan paljon esimerkiksi budjetointia ja rahoituskanavien tuntemista ja käyttöä, ja niitä painotetaan todella tärkeiksi, kun taas myyntiä ja kulttuurivientiä ei niinkään korosteta. Kirjanpitoa ei koettu yhtä tarpeelliseksi kuin muita taitoja kenties siksi, että sen pystyy ulkoistamaan helposti ammattikirjanpitäjille ja sitä jopa suositellaan paljon.

Vertailun vuoksi kyselyssä kysyttiin, kuinka paljon opiskelijat ovat tarvinneet näitä aiemmin mainittuja liiketalouden osa-alueita kulttuurialan projekteissa ja työharjoitteluissa ja valmistuneet työelämässä.

TAULUKKO 10. Liiketalouden osa-alueiden tarvitseminen kulttuurikentällä



Taulukosta käy ilmi, että opiskelijat olivat tarvinneet markkinointitaitoja ehdottomasti eniten. Vaikuttaisi siltä, että lähes kaikilla kulttuurin osa-alueilla siis markkinointi on hyvin tärkeässä osassa toimintaa. Markkinointitehtävät saattavat olla myös usein sen tyllisiä, että niitä on helppo antaa työharjoittelijoille tehtäviksi. Muita liiketaloudellisia taitoja oli suurimmaksi osaksi tarvittu melko paljon.

Markkinointitaidot olivat myös valmistuneilla tärkeässä asemassa, mutta sitäkin enemmän oli tarvittu budjetointitaitoja, taloudellista ajattelua sekä rahoituskanavien tuntemista ja käyttöä. Tulokset vastaavat hyvin Piilisen & Mäkelän (2008, 35) analyysiä siitä, että liiketoimintaosaamisen operationaaliset taidot on melko helppo oppia työtä tekemällä, kunhan hallussa on korkeampitasoinen taloudellinen ajattelu. Kirjanpitotaitoa ja kulttuurivientiä ei opiskelijat eivätkä valmistuneet olleet tarvinneet paljon, joten ehkä myös siksi nämä osa-alueet eivät saaneet suurta painotusta aiemmassa kysymyksessä osa-alueiden tarpeellisuudesta kulttuurituottajalle.

Liiketoiminnallinen osaaminen on kulttuurituottajalle hyvin tärkeää, ja siinä korostuvat erityisesti rahoitus-, tuotteistus- ja markkinointitaidot, sekä taloudellinen ajattelu. Samoilla linjoilla on Nikoskinen (2010, 17), jonka mukaan yhä tärke-

ämmäksi kulttuurituotannon alueeksi on muodostunut tuotteistaminen, markkinointi ja tuotteiden ja palveluiden kehittäminen.

6.7 Kulttuurituottaja liiketaloudellisena toimijana

Seuraava kyselyyn tullut opiskelijan avoin vastaus kiteytti todella hyvin monen vastaajan mielipiteen: *"Liiketalous on välttämätön osa kulttuurituotantoa. Ilman liiketaloudellista osaamista kukaan ei voi elää kulttuurityötä tekemällä."* (Vastaja nro.1, nainen, Turku, 4.vuosi)

Moni opiskelija (6 henkilöä) mielsi liiketalousosaamisen tärkeäksi kulttuurituottajalle, mutta kaikki (2 henkilöä) eivät kannattaneet liiallista bisnesnäkökulmaa. Osa (4 henkilöä) koki, että kulttuurikentällä on asenneongelma liiketalouden suhteen: sitä mustamaalataan, eikä kulttuurin bisnespotentiaalia hyödynnetä. Mielenkiintoinen huomio oli, että liiketaloudellista osaamista voi hyödyntää myös voittoa tavoittelemattomissa organisaatioissa. Eräs vastaaja myös totesi, että nykyään organisaatiot, jotka toimivat täysin markkinatalouden sääntöjen ulkopuolella, ja joiden rahoitus olisi täysin turvattu, ovat todella harvassa.

Olen vahvasti liiketaloudellisen näkökulman puolella. Liiketaloudellista osaamista tarvitaan ja sitä voi hyödyntää myös vaikka toimisi voittoa tavoittelemattomassa organisaatiossa. Rahasta puhuminen ei ole pois taiteen sisällöistä. Päinvastoin, jos tuottajalla on liiketaloudellista osaamista, sisällöt voidaan saada paremmin ja tehokkaammin esille. (Vastaja nro.9, nainen, Kauniainen, 4.vuosi)

Myös valmistuneilta kysyttiin heidän näkemyksiään ja mielipiteitään liiketaloudesta kulttuurituottajan näkökulmasta. Liiketalousajattelun hallitseminen koettiin tärkeäksi (2 henkilöä), ja se oli myös vaatimus työelämässä (4 henkilöä). Liiketalous nähtiin kulttuurille mahdollisuutena, eikä uhkana.

Liiketalouden hallitseminen kulttuurituottajana on tärkeää, varsinkin kun haluaa alalla työskennellä. Jos alalla työskentely on vain harrastustoimintaa, tilanne ei välttämättä ole sama mutta ammattilaisena työskentely kulttuurialalla vaatii hyvää liiketaloudellista osaamista. Se on toistaiseksi myös erinomainen tapa erottua muista alan toimijoista. Liiketalouden hallitseminen ei aina opiskeluaikana tuntunut tarpeelliselta mutta on työelä-

mässä osoittautunut erittäin tärkeäksi osaksi ammattitaitoa. (Vastaaja nro.1, nainen, Turku, valmistunut 2011)

Koen, että kulttuurituottajana minulla PITÄISI olla vahva osaaminen liiketaloudessa, mutta minulla ei ole sitä. Jos kulttuurituottaja ei hallitse liiketalouden ja markkinoinnin perusteita, niin mitä hän sitten hallitsee ja mikä on hänen arvonsa työmarkkinoilla? Pelkästään voittoa tavoittelemattomien tapahtumien hienosta ideoinnista on vielä melko vaikea ammentaa työelämään, jos ei ole vahvaa kokemusta toimivista työkaluista. (Vastaaja nro.5, nainen, Turku, valmistunut 2011)

Muutama valmistunut (2 henkilöä) kuitenkin mainitsi myös liiketalouden negatiivisen puolen, kuten, ettei itseään saa myydä kaupallisuudelle antaen laadun kärsiä, tai että liiketalous on ikävä yhteiskunnallinen tosiasia. Mitchell ja Oinaala (2012, 15) lainaavat Häyrystä (2009, 11–12), jonka mukaan ”kulttuurituotantoa voidaan myös pitää kulttuurin suojakilpenä tai välittäjänä kulttuurin ja markkinoiden välillä”. Tällöin esimerkiksi tapahtumaorganisaatiot, kustantamot ja taidegalleriat tarjoavat suojaa taiteelliselle kehitymiselle tai kulttuuriperinnön vaalimiselle takaamalla sen taloudellisen elinkelpoisuuden. Kulttuurialan toimija voi omak-sua kaupallisia strategioita esimerkiksi taiteellisten päämäärien tavoittamiseksi.

(--) Tuottaja on pienemmissä organisaatioissa yleensä se, joka vastaa taloudesta, markkinoinnista ja viestinnästä. Suuremmissa organisaatioissa tehtäviin palkataan yleensä näiden alojen ammattilaiset, jolloin tuottaja pääsee keskittymään ”luovaan tuottamiseen”. Tämä on mielestäni tuottajan osaamisen ydin. Siksi tuottajille ei kannata myöskään liikaa opettaa liiketaloutta, sillä tässä maassa valmistuu jo ihan riittävästi tradenomeja. Tuottajien pitää hallita taiteen ja kulttuurin erityispiirteet liiketaloudellisella twistillä. Ehkä tärkein yksittäinen asia, johon voisi koulutuksessa kiinnittää huomiota on myyntitaidot. (Vastaaja nro.10, mies, Jyväskylä, valmistunut v.2008 tai aikaisemmin)

6.8 Kulttuurin ja talouden väliset arvot

Vaikka raha, taloudellinen voitto ja tuotteistaminen tunnutaan usein mieltävän kulttuurialalla negatiivisiksi asioiksi, 44 % opiskelijoista oli sitä mieltä, että taide ja kulttuuri voivat säilyttää todella korkean tasonsa siitä huolimatta, että niistä pyritään saamaan taloudellista voittoa tai niitä tuotteistetaan. 29 % oli sitä miel-

tä, että taide säilyttää tasonsa liiketalousperiaattein toimivassa ympäristössä melko hyvin.

Liiketaloutta voidaan ja tulee tehdä myös taiteen ja kulttuurinsaralla, mutta sen tulee palvella sisältöä parhaalla mahdollisella tavalla. (Vastaja nro.14, nainen, Kauniainen, 4.vuosi)

Kulttuurilla on käsittämättömän suuri bisnespotentiaali, eikä sitä hyödynnetä Suomessa juurikaan. Ongelma piilee asenteissa ja asenteiden muokkaaminen vie aikaa. Kun esim. suomalaisen muotoiluun ja taiteeseen panostettaisiin kotimaassa, ei kulttuuriviennille ja menestymiselle ulkomailla olisi mitään estettä. Musiikkimaailmassa bisnes ja kulttuuri jo osataan yhdistää. Kulttuurituottajaopiskelijoilla on avaimet kädessään tässä ongelmassa. Pitää uskaltaa yrittää. (Vastaja nro.3, nainen, Turku, 4.vuosi)

Valmistuneet olivat hyvin samoilla linjoilla opiskelijoiden kanssa. Suurimman osan (8 henkilöä) mielestä taide ja kulttuuri säilyttävät korkean tasonsa todella hyvin tuotteistamisesta huolimatta. Vaikuttaisi siltä, että tuottajilla ei pääsääntöisesti ole negatiivisia asenteita taiteen ja liiketalouden yhdistämiseen.

Taidetta/kulttuuria ja taloudellista hyötymistä ei mielestäni pidä asettaa vastakkain. Ymmärrän toki taiteellisen vapauden jne. tarpeen mutta ei hän mitään pidä tehdä sillä asenteella, että ihan sama tuleeko tästä voittoa vai ei. Liiketoiminnallinen ajattelutapa voi myös auttaa uusien mahdollisuuksien löytämistä ja parhaimmassa tapauksessa toiminnan laajenemista. (Vastaja nro.11, nainen, Jyväskylä, valmistunut v.2008 tai aikaisemmin)

Ilman liiketaloudellista ymmärrystä on taiteen tekeminen, luominen ja ylläpitäminen käytännön tasolla mahdotonta. Siinä vaiheessa, kun uralla alkaa edetä, tulee liiketalouden ymmärtäminen ja hallitseminen pakolliseksi. Liiketalous ja kulttuurin tekeminen eivät ole mitenkään toisiansa pois sulkevia tekijöitä. Tämä koko näkemys on hieman vanhanaikainen käsitys, mistä pitäisi päästä eroon. Todellisuudessa molemmilla on yhtä tärkeä merkitys, kun halutaan luoda jotain. Kulttuurituottaja ei ole taiteilija, vaan taiteen esilletuomisen / ylläpitämisen / nähtäväksi saattamisen mahdollistaja. (Vastaja nro.15, mies, Kauniainen, valmistunut v.2008 tai aikaisemmin)

6.9 Yrittäjyys

Todella moni opiskelijoista oli kiinnostunut yrittäjyydestä (51 %) ja/tai yrityksessä työntekijänä toimimisesta (64 %). Tästä näkökulmasta kontaktiopetukseen

kannattaisi esimerkiksi palkata vieraileviksi luennoitsijoiksi yritysmaailman edustajia. Kulttuurialalla yhdistystoiminta on yleistä, ja myös Humak kertoo paljon yhdistyksistä tai voittoa tavoittelemattomista yrityksistä. Olisi kuitenkin hyödyllistä kuulla välillä myös isoista yrityksistä, jotka pyrkivät saamaan voittoa toiminnastaan. Moni opiskelija (78 %) oli nimittäin kiinnostunut esimerkiksi osakeyhtiössä työskentelystä. Yrittäjyydestä Humakissa puhutaan paljon (esim. yrittäjyys ja tuotteistaminen -opintojakso), mikä on hyvä, sillä puolet (51 %) vastaajista oli kiinnostunut yrittäjyydestä.

(--) suuri osa opetuksesta painottuu edelleen apurahojen hakuun yms. järjestö- ja yhdistystasolla tai hyvin pienimuotoiseen yrittämiseen. Kaipaamaan asiantuntevia luennoitsijoita suuremmista yrityksistä. Mielestäni siis kontaktiopetus asiantuntevien ja kokeneiden yrittäjien luennoilla höystettynä on paras tapa oppia liiketoiminnasta. Konkreettisia lukuja ja numeroita olisi näiltä luennoitsijoilta mukava nähdä. (Vastaaja nro 3., nainen, Turku, 4.vuosi)

Yrityssektori on yksi kulttuurituottajan toimintaympäristöistä, joka olisi hyvä tuntee. Kulttuurituottaja voi myös työllistää itsensä esimerkiksi toiminnalla jolloin liiketaloudellinen ajattelu on hyvä hallita. Kulttuurituottajan joustava osaaminen voi mahdollistaa myös tehtäviä yrityksissä perinteisen kulttuuri/taidesektorin ulkopuolella. (Vastaaja nro. 34, mies, Turku, 3.vuosi)

Yrittäjyys ei ole tuottajien keskuudessa yleistä, koska tuottajan ammatti on taloudellisesti epävarmaa ja riskinottoa pyritään välttämään. Tuottajat pyrkivät mieluummin toiminaan kolmannella sektorilla, kuten järjestöissä ja säätiöissä. Tällöin työ on osittain voimakkaasti sidottuna näiden organisaatioiden saamaan julkiseen rahoitukseen. Toiminnan laajentaminen ja sen merkitys koko kulttuurikentän kannalta heikkenee, jos toimintamahdollisuuksia markkinaperusteisen kulttuurituotannon suuntaan ei kyetä hyödyntämään laajemmin. (Lageström & Mitchell 2004, 94.) Tästä näkökulmasta katsottuna on hieman ristiriitaista, että 51 % opiskelijoista oli kuitenkin kiinnostunut yrittäjyydestä. Kiinnostus saattaa johtua siitä, että Humak kannustaa opiskelijoita hyvin paljon yrittäjyyteen. Toivottavasti tämä kannustus tuottaa tulevaisuudessa kulttuurituotannon yrittäjiä.

Kulttuurialan puutteena nähdään se, ettei Suomessa juurikaan ole kansainvälisen tason tuottaja- ja manageriosaamista koulutuksesta huolimatta. Sekä luovi-

en alojen että kulttuurituottajuuden näkökulmasta koulutusta tulisi kohdentaa enemmän. Kohdennusta tulisi tapahtua erikoistumisessa ja koulutuksen painopisteen siirtämisessä julkisen sektorin näkökulmasta enemmän yritystoiminnan tuotanto-osaamiseen. Myös kansainvälisyyteen tulisi panostaa enemmän, koska se lisäisi mm. verkostoitumista ja poikkitieteellisyttä. (Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 2007, 35–50.)

7. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimus osoittaa, että liiketoimintaosaaminen on keskeistä kulttuurituottajalle. Taide- ja kulttuurikentän ollessa muutoksessa kulttuurituottajat ovat avainasemassa luovan talouden mahdollisuuksien hyödyntämisessä. Liiketalouden hyödyntäminen kulttuurituottajan työssä nähdään kyselyn mukaan opiskelijoiden sekä valmistuneiden keskuudessa pääasiallisesti mahdollisuutena ja positiivisena asiana.

Kulttuurituottajalle keskeistä on elinikäinen oppiminen: 1990-luvun koulutus ei enää 2020-luvulla riitä. Nykyään tärkeää tuottajien koulutuksessa on sen tasapainotus: käytännön ja teorian sekä laajan osaamisen ja profiloitumisen on oltava keskenään sopusoinnussa. Kulttuurituottajakoulutuksessa opettajan rooli nähdään tulevaisuudessa muuttuvan yhä enemmän mentoriksi. Monet alan opettajat eivät tunnu riittävästi huomioivan kulttuurikentällä tapahtuvia muutoksia ja kehitystä. (Björkqvist & Halonen 2012, 37–38.) Näihin asioihin Humakin tulee keskittyä koulutuksen suunnittelussa.

Tutkimus vahvisti hypoteesin siitä, että Humakin tulisi lisätä liiketalousopetusta. Opintojen suuruus on jo 240 opintopistettä, joten ongelmaksi muodostuu, mistä opintoja voitaisiin nipistää. Täten liiketalousopetuksen lisäämistäkin tärkeämpää on nykyisten opintojaksosisältöjen uudistaminen ja kehittäminen.

Aiemmin on todettu, että kulttuurituotannon koulutus kamppailee sisäisesti taloudellisen ja taiteellisen sekä kulttuurisen luovan työn itseisarvojen väliin syntyneiden jännitteiden välillä. Ongelmanratkaisuna talouden ja kulttuurin tasapainottamiseen voidaan opetuksessa toteuttaa kahta eri mallia: tuotteistamis- tai integrointimallia. (Mitchell & Oinaala 2012, 26.)

Tuotteistamismallissa opetuksessa esitellään aluksi tuotteistettavaa taiteen tai kulttuurin kenttää ja niiden luonnetta, jonka jälkeen siirrytään talouselämän ja liikeyritystoiminnan prosessien esittämiseen. Tämän jälkeen edetään taide- ja kulttuuri-ideoiden tuotteistamisprosesseihin ja edelleen tuotantoon ja tuotteiden tunnetuksi tekemiseen sekä kuluttajan käyttöönottoon. Integrointimallissa läh-

detään liikkeelle näkemyksestä, jossa taiteen ja kulttuurin suhde talouteen perustuu normaaleille liikeyritystoiminnan periaatteille, mutta taide- ja kulttuuri tarjoavat luovuudellaan ja liikeideoillaan poikkeuksellisen haastavan toimintakentän. (Mt., 27–28). Molempia opetusmalleja voidaan hyödyntää Humakin liiketalousopetuksessa.

7.1 Kehitysnäkökulmia

Kyselystä selvisi, että todella harvalla opiskelijalla oli aiempaa koulutusta tai tutkintoa liiketaloudesta, joten sen painottaminen Humakissa on siksi entistäkin tärkeämpää.

Kyselyn perusteella Humakin tulee:

- Muuttaa ja päivittää nykyisiä kurssisisältöjä
- Lisätä kontaktiopetusta ja vähentää itsenäisen työskentelyn määrää
- Lisätä opintoihin kulttuurivientiä ja lisätä sponsorointia, myyntiä ja kulttuurin kansainvälistymistä
- Eriyttää kurssien sisältöjä entisestään, jotta samat asiat eivät toistuisi monella kurssilla
- Painottaa liiketalousopintojaksot viimeisten vuosien opintoihin
- Huomioida liiketalousopetuksessa taide- ja kulttuurinkentän erityispiirteet
- Lisätä vierailevia luennoitsijoita yritysmaailmasta
- Lisätä käytännön harjoituksia ja laskelmia opintojaksoihin
- Tarjota enemmän valmiita mahdollisuuksia erikoistumiseen, kuten kontaktikursseja tai koulun sisäisiä projekteja

Opintojaksojen suunnittelu

Tällä hetkellä Humakissa ei perehdytä ollenkaan kulttuurivientiin. Kulttuurivienti on kuitenkin hyvin tärkeää, koska sillä tähdätään Suomen kansallisen kulttuuripanostuksen hyödyntämiseen edistämällä suomalaisten kulttuurituotteiden vientiä. Kulttuuriviennin tavoitteena on vahvistaa kulttuurista Suomi-brändiä maail-

malla, lisätä vientituloja ja kulttuurialan työllistymismahdollisuuksia. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2013.) Kulttuurivientiä voitaisiin käsitellä esimerkiksi yrittäjyys ja tuotteistaminen -opintojaksossa. Vielä ihanteellisempaa olisi, jos tuotteistaminen ja yrittäjyys erotettaisiin kokonaan omiksi opintojaksoiksi, jolloin kulttuurivienti voitaisiin liittää tuotteistaminen -opintojaksoon.

Jos tuotteistaminen muutetaan kokonaan omaksi opintojaksoksi, voisi yrittäjyyteen yhdistää tällä hetkellä opinnoissa liian vähälle huomiolle jäävän asian: myyntitaidot. Etenkin yrittäjien tulee pystyä kauppaamaan omia tuotteitaan, mutta myyntitaidot kuuluvat olennaisena osana kaikkien kulttuurituottajien työhön. Myynnin opettamisessa tulee huomioida kulttuuritapahtumien ja -tuotteiden olevan abstrakteja asioita, joten perinteistä myyntityötä tulee osata soveltaa.

Sponsorointiyhteistyö sekä kulttuurin kansainvälistyminen jäävät myös tutkimuksessa liian pienelle painotukselle, koska sekä yritys yhteistyö että kansainvälisyys ovat nykyään todella merkittävä osa kulttuurituotantoa. Sponsorointia ja kansainvälistymistä voitaisiin käsitellä omina kokonaisuuksinaan markkinointiopintojaksossa. Projektitoiminta ja johtaminen -opintojaksossa voitaisiin painottaa enemmän tuloksellista esimiestyöskentelyä, sen sijaan, että opintojaksossa keskitytään lähinnä pohtimaan omaa johtajuutta.

Opinnäytetyössä on aiemmin mainittu, että englannin kieltä aiotaan jatkossa korostaa. Mielestäni hyvä ratkaisu tähän olisi, jos jokin liiketalousopintojakso pidettäisiin joko kokonaan tai ainakin osittain englannin kielellä, ja myös kurssimateriaalit olisivat kaikki englanninkielisiä. Opintojaksona voisi toimia esimerkiksi markkinointi.

Liiketalouden soveltaminen luovalla alalla

Markkinoinnin opetuksessa tulee huomioida, että kulttuuripalveluiden markkinointi vaatii omanlaista osaamista, vaikka periaatteessa liiketoiminta perustuu samoihin periaatteisiin kuin muillakin aloilla (Juurakko ym. 2010, 6). Yleisestikin ottaen kulttuurin ja taiteen suhde talouteen perustuu normaaleille yritystoiminnan periaatteille, mutta ongelmana on, että taide- ja kulttuuri ovat erityisen haastava toimintakenttä (Halonen & Mitchell 2012, 32).

Humakiin kaivataan lisää vierailevia luennoitsijoita yritysmaailmasta, ja muutenkin vahvempaa liiketaloudellista näkökulmaa opintoihin. Opiskelijalle on aina mielekkäämpää, jos liiketalouteen liittyviä asioita opettaa lehtori, jolla on vahva tieto ja kokemus alalta sekä realistinen suhtautuminen alati muuttuvaan liiketaloudelliseen toimintaympäristöön. Kulttuurituottajien tulisi pystyä soveltamaan liiketaloutta käytännön tilanteissa.

Kuten jo aiemmin opinnäytetyössä on todettu, taloushallinto on asia, joka tulee jokaiselle kulttuurituottajalle vastaan jossain vaiheessa työtä. Taloushallintoa kohtaan tuntuu opiskelijoiden kesken vallitsevan edelleen melko negatiivinen asenne, joka Humakin olisi hyvä pyrkiä kytkemään pois. Kaikkiin opintojaksoihin olisi siis hyvä lisätä käytännön harjoituksia ja laskelmia pelkän lehtorin luennoimisen sijaan, mutta erityisesti taloushallinnossa ne ovat paras tapa oppia.

Liiketalousosaamisen syventäminen

Kulttuurituottajat hakevat nykyään työllistymismahdollisuuksia yhteistyöstä mm. matkailu- ja sosiaalialan kanssa. Humakin tulisi kannustaa yhä enemmän kulttuurituottajaopiskelijoita hakemaan töitä yli perinteisten rajojen.

Humak voisi tarjota 5–10 opintopisteen valinnaisen opintojakson kontaktiopeuksena, missä syvennettäisiin pakollisilla kursseilla olleita perusteita. Valinnaisissa opintojaksoissa tosin on se ongelma, etteivät ne useinkaan kerää riittävästi osallistujia, jotta ne voitaisiin järjestää. Pakollisten opintojaksojen tulisi siis antaa ennen kaikkea perusteet liiketoiminnallisista aineista, mitä valinnaisilla opintojaksoilla voitaisiin syventää. Valinnaisista opintojaksoista voitaisiin tiedottaa opiskelijoita enemmän, ettei niiden etsiminen menisi vain opiskelijan oman tiedon haun varaan.

Ihanteellista olisi, jos Humakin kautta opiskelija voisi tehdä jonkin talousprojektin, onhan yhdessä oppiminen yksi Humakin perusarvoista. Humak ei mielestäni tarjoa riittävästi valmiita mahdollisuuksia erikoistumiseen, vaan opiskelijasta itsestään on kiinni, mihin hän erikoistuu projektien ja harjoittelujen kautta. Eriytyvät suuntautumisopinnot, kuten kulttuuri liiketoimintana, voitaisiin minusta

aloittaa jo esimerkiksi toisen opintovuoden keväällä, jolloin opiskelija voisi selvästi erikoistua liiketoimintaan ja valita kursseja siihen liittyen. Toisaalta haasteena olisi, onko opiskelija ehtinyt kerätä riittävä ymmärrystä työtä ja toimialaa kohtaan siinä vaiheessa.

On todella hyödyllistä, että Humak tarjoaa mahdollisuuden ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittamiseen, sillä sen kautta tuottajat voivat kehittää ja syventää asiantuntemusta kulttuurituotannon alati muuttuvasta toimintaympäristöstä. Kaiken kaikkiaan on kuitenkin tärkeää muistaa, että Humakin tavoitteena ei ole kouluttaa tradenomeja vaan kulttuurituottajia. Taiteellisten arvojen ja sisälöntuotannon tärkeyttä ei tule siis missään nimessä unohtaa. Tästä huolimatta juuri talousasioihin liittyvät taidot koetaan tällä hetkellä puutteelliseksi, ei esimerkiksi sisältöosaaminen.

Toivottavasti Humak painottaa jatkossa liiketaloudellisen osaamisen merkitystä kulttuurituotannon opinnoissa. Kulttuurituottajat ja tradenomit kilpailevat samoista työpaikoista, liiketaloudellinen osaaminen lisää kulttuurituottajien kilpailukykyä kaikilla sektoreilla. (vastaaja nro. 5, nainen, Turku, 3.vuosi)

Jatkossa

Tulevaisuudessa olisi hyvä tutkia kulttuurituottajien liiketoimintaosaamisen merkitystä työnantajien näkökulmasta, jolloin saisi aiheeseen lisää tietoa sekä koulutuksen ulkopuolisten toimijoiden näkemyksiä aiheesta. Tutkimuksessa voisi ottaa huomioon sekä kansalliset että kansainväliset luovan alan toimijoita palkkaavat yritykset ja organisaatiot. Tutkimusta voitaisiin käyttää tukena kulttuurituotannon koulutuksen suunnittelussa.

LÄHTEET

Artes, Kai & Bkörkqvist, Leena & Halonen, Katri & Iso-Aho, Juhani & Uotila, Pekka 2010. Kulttuuritapahtumien ekosysteemit muutoksessa. Teoksessa Katri Halonen (toim.) Tuottaja 2020. Kulttuuri kokoaa. Kulttuuritapahtumien muuttuvat verkostot, 46–60. Viitattu 21.1.2013.

http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/Kokooa/1_Kulttuuri_kokooa_Halonen_WEB.pdf

Auvinen, Pekka & Hirvonen, Katja & Del Maso, Riitta & Kallberg, Kari & Putkuri, Päivi 2007. Opetussuunnitelma ammattikorkeakoulussa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Viitattu 8.3.2013.

http://www.karelia.fi/julkaisut/sahkoinenjulkaisu/B9_verkojulkaisu_uudistettu_painos.pdf

Björkqvist, Leena & Halonen, Katri 2012. Kulttuurituotannon kehittämistä eurooppalaisessa kontekstissa. Teoksessa Katri Halonen (toim.) Tuottaja 2020. Kulttuurikoulutuksen suuntaviivoja. Tuottaja 2020-hankkeen loppuraportti, 37–38. Viitattu 28.4.2013.

http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/katalysoi/12_suuntaviivoja_VALMIS.pdf

Halonen, Katri 2004. Huomisen rientoja tuottamassa. Tapahtumatuottajien ammatin kehitystrendejä tuottajia kouluttavien ammattikorkeakoulujen näkökulmasta. Cuporen julkaisuja 5. Kulttuuripoliittikan tutkimuksen edistämistätiö Cupore. Helsinki. Viitattu 29.4.2013.

http://www.cupore.fi/documents/Cupore_Julkaisu_5_2004.pdf

Halonen, Katri 2005. Visioita ja valintoja. Tapahtumatuotannon tulevaisuus helsinkiläisten tuottajien arvioimana. Cuporen julkaisuja 10. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämistätiö. Helsinki. Viitattu 30.4.2013.

http://www.cupore.fi/documents/CUPORE_10_Visioita_ja_valintoja.pdf

Halonen, Katri 2006. Kulttuurituottajan ammattispesifi osaaminen. Kasvatus 3/2006, 250–263. Viitattu 3.2.2013.

http://www.uta.fi/arkisto/aktk/ammkl01/esimerkit/2006_Kasvatus_Halonen.pdf

Halonen, Katri 2011. Kulttuurituottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa. Jyväskylän yliopisto. Väitöskirja. Viitattu 14.12.2012.

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/27120/9789513943202.pdf?sequence=1>

Halonen, Katri & Mitchell, Ritva 2012. Kulttuurisektorin tuotannollisen koulutuksen nykytila ja opetussuunnitelmissa asetettujen tavoitteiden lähtökohdat. Teoksessa Katri Halonen (toim.) Tuottaja 2020. Kulttuurikoulutuksen suuntaviivoja. Tuottaja 2020-hankkeen loppuraportti, 29–33. Viitattu 20.1.2013.

http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/katalysoi/12_suuntaviivoja_VALMIS.pdf

Hautio, Minna 2013. Suullinen tiedonanto 20.4.2013.

Heikkilä, Tarja 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima.

Herranen, Jatta & Martikainen, Liisa & Sirkkilä, Hannu & Laitinen, Hanna & Nyman, Tarja & Toivanen, Pasi & Mikkonen, Pirkko 2010. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Pedagoginen käsikirja ja strategia vuosille 2010–2012. Viitattu 8.3.2013. <http://www.humak.fi/sites/default/files/liitteet/pedastrategia2.pdf>

Honka, Jenny 2013. Opetussuunnitelmauudistus Humakissa -luento 29.1.2013. Turku: Humanistinen ammattikorkeakoulu.

Humak (Humanistinen ammattikorkeakoulu) 2013a. Kulttuurituottaja. Viitattu 4.2.2013. <http://www.humak.fi/opiskelu/opiskelu-humakissa/kulttuurituottaja>

Humak (Humanistinen ammattikorkeakoulu) 2013b. Kulttuurituottaja (ylempi AMK), Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Viitattu 1.3.2012. <http://www.humak.fi/opiskelu/opiskelu-humakissa/ylemmat-amk-tutkinnot/kulttuurituottaja>

Humak (Humanistinen ammattikorkeakoulu) 2013c. HUMAK lyhyesti. Viitattu 1.3.2013. <http://www.humak.fi/humak/humak-lyhyesti>

Humak (Humanistinen ammattikorkeakoulu) 2013d. Opinto-opas 2012–2013. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Viitattu 1.3.2013. <http://opinto-opas.humak.fi/opetustarjonta-2012%E2%80%932013/nuorten-koulutus/kulttuurituotannon-ko>

Humak (Humanistinen ammattikorkeakoulu) 2013e. HUMAK-pedagogiikka. Viitattu 29.4.2013. <http://www.humak.fi/opiskelu/opiskelu-humakissa/humak-pedagogiikka>

Juurakko, Arto & Kauhanen, Juhani & Öhage, Ulla 2012. Kulttuurista liiketoimintaa. Lapua: Sananjuuri.

Jyväskylän yliopisto 2013. Määrällinen tutkimus. Koppa. Viitattu 27.2.2013. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>

Kaunisharju, Kirsi 2012. Kulttuurituotannon rooli luovan talouden kehittämisessä. Teoksessa Katri Halonen (toim.) Tuottaja 2020. Kulttuurikoulutuksen suuntaviivoja. Tuottaja 2020-hankkeen loppuraportti, 13. Viitattu 20.1.2013. http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/katalysoi/12_suuntaviivoja_VALMIS.pdf

Logomo liiketoimintasuunnitelma 2010. Viitattu 22.3.2013. <http://www05.turku.fi/ah/kh/2011/0321008x/Images/1044975.pdf>

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 2007. Kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisuja 10/2007. Helsinki. Viitattu 29.4.2013. http://www.tem.fi/files/22570/Luovat_alat.pdf

Lönnroth, Irma 2013. Tilastotietoja kulttuurituotannon opiskelijoista. Email sini.jokinen@humak.edu 25.4.2013.

Metropolia ammattikorkeakoulu 2013a. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Viitattu 24.3.2013. <http://www.metropolia.fi/koulutusohjelmat/kulttuuri-ja-luova-ala/kulttuurituotanto/>

Metropolia ammattikorkeakoulu 2013b. Kulttuurituotanto, ylempi (AMK). Viitattu 1.3.2013. <http://www.metropolia.fi/haku/koulutustarjonta-aikuiset-kulttuuriala/kulttuurituotanto-yamk/>

Mitchell, Ritva & Oinaala, Anu 2012. Näkökulmia kulttuurituottajien koulutukseen. Teoksessa Katri Halonen (toim.) Tuottaja 2020. Viitattu 28.4.2013. http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/katalysoi/10_Nakokulmia_kulttuurituottajien_koulutukseen_Mitchell_Oinaala_WEB.pdf

Nikoskinen, Elina 2010. Kulttuurituottajana työelämään. HUMAKista valmistuneiden kulttuurituottajien (AMK) työelämään sijoittuminen, koulutuskokemukset ja jatko-opintosuunnitelma. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Viitattu 26.3.2013. http://www.humak.fi/sites/default/files/kuvat/humak_kutu04_2_0.pdf

Näsi, Juha & Neilimo, Kari 2006. Mitä on liiketoimintaosaaminen. Helsinki: WSOY. Opetus- ja kulttuuriministeriö 2013. Kulttuurivienti. Viitattu 17.4.2013. <http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuurivienti/?lang=fi>

Piilinen, Iina-Maria & Mäkelä, Annika 2008. Mitä kulttuurituottajan tulee osata? Kartoitusta kulttuurituottajan osaamisvaatimuksista Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon koulutusohjelman opetussuunnitelmauudistuksen pohjaksi. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Kehittämishankeraportti. Viitattu 2.3.2013. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/19870/jamk_1234954780_1.pdf?sequence=1

Piilinen, Iina-Maria 2013. Opetussuunnitelmauudistus Humakissa -luento 29.1.2013. Turku: Humanistinen ammattikorkeakoulu.

Rajalin, Minna 2012. Re: alumnirekisteri. Humak Pro -intranet-viesti Minna Hautiolle 2.8.2012.

Rajalin, Minna 2013. Re: opparikysely alumneille. Humak Pro -intranet-viesti 27.4.2013.

Talouselämä 2007: Kulttuurituottajien on opittava myymään. Viitattu 10.2.2013. <http://www.talouselama.fi/sivullinen/kulttuurituottajien+on+opittava+myymaan/a169850>

Tarjanne, Petra 2012. Tulevaisuuden tuottaja. Teoksessa Katri Halonen (toim.) Tuottaja 2020. Kulttuurikoulutuksen suuntaviivoja. Tuottaja 2020-hankkeen lopputalouksellinen raportti, 34. Viitattu 20.1.2013. http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/katalysoi/12_suuntaviivoja_VALMIS.pdf

Viitala, Riitta & Jylhä, Eila 2006. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Wilenius, Markku 2005. Luovaan talouteen. Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana. Helsinki: Edita Prima.

LIITTEET

Liite 1 Webropol-kyselylomake liiketalousosaaminen kulttuurituottajien opiskelussa ja työssä (opiskelijoille)

Liite 2 1 Webropol-kyselylomake liiketalousosaaminen kulttuurituottajien opiskelussa ja työssä (valmistuneille)

LIITE 1.

**Liiketalousosaaminen kulttuurituottajien opiskelussa ja työssä****Huom.**

Kyselyssä liiketoiminnalla tarkoitetaan ammattimaista toimintaa, jonka tarkoituksena on saada toiminnasta voittoa tai ylläpitää toimintaa. Liiketaloudellisella osaamisella tarkoitetaan rahoituskanavien tuntemista ja käyttöä, taloushallintoa, myyntiä ja hinnoittelua, markkinointia sekä tuotteistamista. Liiketoiminnallisella ajattelulla tarkoitetaan näiden asioiden hyödyntämistä työssä.

Taustatiedot**1. Sukupuoli**

- ☐ Nainen
- ☐ Mies
- ☐ En halua vastata

2. Ikä

- ☐ 19-22
- ☐ 23-26
- ☐ 27-30
- ☐ 31-34
- ☐ 35 tai enemmän
- ☐ En halua vastata

3. Millä kampuksella opiskelet?

- ☐ Jyväskylä
- ☐ Kauniainen
- ☐ Turku
- ☐ En halua vastata

4. Kuinka mones opiskeluvuosi sinulla on käynnissä?

- ☐ Ensimmäinen vuosi
- ☐ Toinen vuosi
- ☐ Kolmas vuosi
- ☐ Neljäs vuosi
- ☐ Viides vuosi tai enemmän
- ☐ En halua vastata

5. Mikä pohjakoulutus sinulla on ennen Humanistiseen ammattikorkeakouluun siirtymistä?

- ☐ Ylioppilastutkinto
- ☐ Toisen asteen ammatillinen tutkinto
- ☐ Toisen asteen kaksoistutkinto

Jokin muu, mikä?

☐

6. Jos pohjakoulutuksesi on ammatillisesta oppilaitoksesta tai kaksoistutkinnosta peräisin, onko se luonteeltaan:

- ☐ Toisen asteen ammatillinen kaupallinen koulutus (kauppaopisto, kauppakoulu, kauppaoppilaitos)

Muu toisen asteen ammatillinen tutkinto, mikä?

☐

7. Onko sinulla ollut aikaisempaa 3. asteen koulutusta tai tutkintoa?

- ☐ Kyllä, koulutusta, muttei tutkintoa
- ☐ Kyllä, tutkinto
- ☐ Ei ole
- ☐ En halua vastata

8. Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, onko koulutus tai tutkinto peräisin:

Kirjoita tyhjille riveille, kuinka monta opintopistettä tai viikkoa olet noin käynyt koulutuksissa tai tutkintoa. Kirjoita myös, onko kyse pisteistä vai viikoista. Myös avoimessa yliopistossa tai korkeakoulussa opiskelu lasketaan mukaan.

☐ Yliopistosta

☐

☐ Ammattikorkeakoulun liiketalouden yksiköstä

☐

☐ Muusta ammattikorkeakoulun yksiköstä

☐

☐ Kauppakorkeakoulusta

☐

9. Onko sinulla muuta kulttuurituottajaopintojen ulkopuolella hankittua liiketaloudellisista osaamista, jota ei ole tullut vielä lueteltua? Oletko esimerkiksi toiminut perheyrityksessä, myymäläpäällikkönä tai muussa vastuullisessa tehtävässä?

Kysely

10. Millä kulttuurin osa-alueilla haluaisit työskennellä valmistuttuasi kulttuurituottajaksi? Voit valita usean vaihtoehdon.

☐ Taide- ja kulttuuriorganisaatiossa

☐ Kulttuuritapahtumissa

☐ Taideprojekteissa

☐ Kulttuurihallinnossa

☐ Järjestöissä

☐ Yrityksissä

☐ Hankkeissa

☐ Yrittäjänä

☐ Jossain muussa, missä?

☐

☐ En osaa sanoa

11. Onko mielestäsi Humanistisen ammattikorkeakoulun liiketaloudellisen opetuksen määrä riittävä?

- ☐ Täysin riittämätön
- ☐ Melko riittämätön
- ☐ Ei riittävä, eikä riittämätön
- ☐ Melko riittävä
- ☐ Täysin riittävä
- ☐ En osaa sanoa

12. Kuinka tarpeellista mielestäsi kulttuurituottajalle on liiketoiminnallinen osaaminen?

- ☐ Täysin tarpeetonta
- ☐ Melko tarpeetonta
- ☐ Ei tarpeellista, eikä tarpeetonta
- ☐ Melko tarpeellista
- ☐ Erittäin tarpeellista
- ☐ En osaa sanoa

13. Kuinka hyödyllisinä olet pitänyt seuraavia Humanistisen ammattikorkeakoulun kursseja liittyen liiketaloudelliseen osaamiseen?

1= Täysin hyödytön, 2= Melko hyödytön, 3= Ei hyödytön, eikä hyödyllinen, 4= Melko hyödyllinen 5= Erittäin hyödyllinen

	1	2	3	4	5	6 En osaa sanoa	7 En ole käynyt kurssia
Talouden perusteet ja rahoitus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taloushallinto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Markkinointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yrittäjyys ja tuotteistaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projektitoiminta ja johtaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuri liiketoimintana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nuori Yrittäjyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Miten opit parhaiten Humanistisessa ammattikorkeakoulussa liiketaloudellisia asioita? Voit valita usean vaihtoehdon.

- ☐ Kontaktiopetus
- ☐ Verkko-oppiminen
- ☐ Projektityöskentely
- ☐ Työharjoittelu
- ☐ Työpaja
- ☐ En osaa sanoa

15. Tulisiko mielestäsi Humanistisessa ammattikorkeakoulussa lisätä liiketaloudellisia opintoja?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ Ehkä
- ☐ En osaa sanoa

16. Mitä opintoja tulisi mielestäsi lisätä ja mikä kurssimuoto olisi paras? (Pakollinen, valinnainen, työharjoittelu, verkkokurssi jne.) Kuinka laaja opintojen määrä tulisi olla opintopisteissä?

17. Kuinka tarpeellisia kulttuurituottajalle mielestäsi seuraavat osa-alueet ovat?

1= Täysin tarpeeton, 2= Melko tarpeeton, 3= Ei tarpeeton, eikä tarpeellinen 4= Melko tarpeellinen 5= Todella tarpeellinen

	1	2	3	4	5	6	En osaa sanoa
Rahoituskanavien tunteminen ja käyttö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Kirjanpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Budjetointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Taloudellinen ajattelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Hinnoittelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Tuotteistaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Markkinointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Myynti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>

Kulttuurivienti

○ ○ ○ ○ ○

○

18. Kuinka paljon olet tarvinnut seuraavia liiketaloudellisia taitoja tekemisissäsi kulttuurialan projekteissa ja työharjoitteluissa?

1= Todella vähän, 2= Melko vähän, 3 = En paljon, enkä vähän, 4= Melko paljon, 5= Todella paljon. Mikäli et ole tehnyt kulttuurialan projekteja tai harjoitteluja, voit jättää vastaamatta tähän kysymykseen.

	1	2	3	4	5	6	En osaa sanoa
Rahoituskanavien tunteminen ja käyttö	○	○	○	○	○		○
Kirjanpito		○	○	○	○	○	○
Budjetointi		○	○	○	○	○	○
Taloudellinen ajattelu		○	○	○	○	○	○
Hinnoittelu		○	○	○	○	○	○
Tuotteistaminen		○	○	○	○	○	○
Markkinointi		○	○	○	○	○	○
Myynti		○	○	○	○	○	○
Kulttuurivienti		○	○	○	○	○	○

19. Voivatko mielestäsi taide ja kulttuuri säilyttää korkean tasonsa siitä huolimatta, että niistä pyritään saamaan taloudellista voittoa ja niitä tuotteistetaan?

- Ei lainkaan
- Melko huonosti
- Ei hyvin, eikä huonosti
- Melko hyvin
- Todella hyvin
- Ei vaikuta tasoon
- En osaa sanoa

20. Millainen on mielipiteesi ja näkemyksesi liiketaloudesta kulttuurituottajaopiskelijana?

21. Haluatko tulevaisuudessa toimia itse yrittäjänä tai yrityksessä työn-

tekijänä?

- ☐ Kyllä, yrittäjänä
- ☐ Kyllä, yrityksessä työntekijänä
- ☐ En halua toimia
- ☐ En osaa sanoa
- ☐ En halua vastata

22. Jos vastasit edelliseen kysymykseen myöntävästi, millaisessa yrityksessä haluaisit toimia?

- ☐ Toiminimi
- ☐ Avoin yhtiö
- ☐ Kommandiittiyhtiö
- ☐ Osakeyhtiö
- ☐ Osuuskunta
- ☐ Yhteiskunnallinen yritys (yhteiskunnallinen yritys yhdistää liiketoimintataidot ekologisten tai yhteiskunnallisten tavoitteiden toteuttamiseen)

23. Kommentteja ja palautetta kyselystä. Voit myös halutessasi täydentää vastauksiasi.

24. Onko sinulla muuta kulttuurituottajaopintojen ulkopuolella hankittua liiketaloudellisista osaamista, jota ei ole tullut vielä lueteltua? Oletko esimerkiksi toiminut perheyrityksessä, myymäläpäällikkönä tai muussa vastuullisessa tehtävässä?

LIITE 2.

**Liiketalousosaaminen kulttuurituottajien opiskelussa ja työssä****Huom.**

Kyselyssä liiketoiminnalla tarkoitetaan ammattimaista toimintaa, jonka tarkoituksena on saada toiminnasta voittoa tai ylläpitää toimintaa. Liiketaloudellisella osaamisella tarkoitetaan rahoituskanavien tuntemista ja käyttöä, taloushallintoa, myyntiä ja hinnoittelua, markkinointia sekä tuotteistamista. Liiketoiminnallisella ajattelulla tarkoitetaan näiden asioiden hyödyntämistä työssä.

Taustatiedot**1. Sukupuoli**

- ☐ Nainen
- ☐ Mies
- ☐ En halua vastata

2. Ikä

- ☐ 23-26
- ☐ 27-30
- ☐ 31-34
- ☐ 35 tai enemmän
- ☐ En halua vastata

3. Miltä kampukselta olet valmistunut?

- ☐ Jyväskylä
- ☐ Kauniainen
- ☐ Turku
- ☐ En halua vastata

4. Minä vuonna valmistuit?

- ☐ 2008 tai aikaisemmin
- ☐ 2009
- ☐ 2010
- ☐ 2011
- ☐ 2012
- ☐ En halua vastata

5. Onko sinulla kulttuurituottajaopintojen ja -töiden ulkopuolella hankittua liiketaloudellisista osaamista? Oletko esimerkiksi toiminut perheyrityksessä, myymäläpäällikkönä tai muussa vastuullisessa tehtävässä? Onko sinulla esimerkiksi kaupallisen alan koulutusta tai tutkintoa?

Kysely

6. Oletko työskennellyt valmistumisen jälkeen kulttuurituotannon alalla?

- ☐ Ei, en lainkaan
- ☐ Kyllä, mutta vain vähän
- ☐ Kyllä, jonkin verran
- ☐ Kyllä, paljon
- ☐ En halua vastata

7. Millä kulttuurin osa-alueilla olet työskennellyt valmistuttuasi kulttuurituottajaksi? Voit valita usean vaihtoehdon. Mikäli et ole tehnyt kulttuurialan töitä, voit jättää vastaamatta tähän kysymykseen.

- ☐ Taide- ja kulttuuriorganisaatiossa
- ☐ Kulttuuritapahtumissa
- ☐ Taideprojekteissa
- ☐ Kulttuurihallinnossa
- ☐ Järjestöissä
- ☐ Yrityksissä

☐ Hankkeissa

☐ Yrittäjänä

Jossain muussa, missä?

☐

☐ En osaa sanoa

8. Oletko toiminut valmistuttuasi kulttuurituottajan tehtävissä julkisella tai yksityisellä sektorilla?

Julkisella sektorilla tarkoitetaan yhteiskunnan osaa, joka on valtion tai kuntien omistuksessa. Julkinen sektori rahoitetaan osaksi verotuloilla. Yksityisellä sektorilla tarkoitetaan yhteiskunnan osaa, joka on yksityisessä omistuksessa ja perustuu yritystoimintaan. Yksityissektorin toimijoita ovat esim. toiminimi, avoin yhtiö sekä osakeyhtiö.

☐ Kyllä, julkisella sektorilla

☐ Kyllä, yksityisellä sektorilla

☐ Kyllä, sekä julkisella että yksityisellä sektorilla

☐ Ei, en kummallakaan sektorilla

☐ En osaa sanoa

☐ En halua vastata

9. Jos olet toiminut yksityisellä sektorilla, millaisessa yrityksessä olet työskennellyt?

☐ Toiminimi

☐ Avoin yhtiö

☐ Kommandiittiyhtiö

☐ Osakeyhtiö

☐ Osuuskunta

☐ Yhteiskunnallinen yritys (yhteiskunnallinen yritys yhdistää liiketoimintataidot ekologisten tai yhteiskunnallisten tavoitteiden toteuttamiseen)

10. Oliko mielestäsi Humanistisen ammattikorkeakoulun liiketaloudellisen opetuksen määrä riittävä?

☐ Täysin riittämätön

☐ Melko riittämätön

☐ Ei riittävä, eikä riittämätön

☐ Melko riittävä

- ☐ Täysin riittävä
- ☐ En osaa sanoa

11. Miten opit parhaiten Humanistisessa ammattikorkeakoulussa liiketaloudellisia asioita? Voit valita usean vaihtoehdon.

- ☐ Kontaktiopetus
- ☐ Verkko-oppiminen
- ☐ Projektityöskentely
- ☐ Työharjoittelu
- ☐ Työpaja
- ☐ En osaa sanoa

12. Kuinka tarpeellista mielestäsi kulttuurituottajalle on liiketoiminnallinen osaaminen?

- ☐ Täysin tarpeetonta
- ☐ Melko tarpeetonta
- ☐ Ei tarpeellista, eikä tarpeetonta
- ☐ Melko tarpeellista
- ☐ Erittäin tarpeellista
- ☐ En osaa sanoa

13. Tulisiko mielestäsi Humanistisessa ammattikorkeakoulussa lisätä liiketaloudellisia opintoja?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ Ehkä
- ☐ En osaa sanoa

14. Mitä opintoja tulisi mielestäsi lisätä ja mikä kurssimuoto olisi paras? (Pakkollinen, valinnainen, työharjoittelu, verkkokurssi jne.) Kuinka laaja opintojen määrä tulisi olla opintopisteissä?

15. Kuinka tarpeellisia kulttuurituottajalle mielestäsi seuraavat osa-alueet ovat?

1= Täysin tarpeeton, 2= Melko tarpeeton, 3= Ei tarpeeton, eikä tarpeellinen 4= Melko tarpeellinen 5= Todella tarpeellinen

	1	2	3	4	5	6	En osaa sanoa
Rahoituskanavien tunteminen ja käyttö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjanpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Budjetointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taloudellinen ajattelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinnoittelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteistaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Markkinointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myynti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuurivienti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Kuinka paljon olet tarvinnut seuraavia liiketaloudellisia taitoja tekemisessäsi kulttuurialan töissä?

1= Todella vähän, 2= Melko vähän, 3 = En paljon, enkä vähän, 4= Melko paljon, 5= Todella paljon. Mikäli et ole tehnyt kulttuurialan töitä, voit jättää vastaamatta tähän kysymykseen.

	1	2	3	4	5	6	En osaa sanoa
Rahoituskanavien tunteminen ja käyttö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjanpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Budjetointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taloudellinen ajattelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinnoittelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteistaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Markkinointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myynti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuurivienti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Voivatko mielestäsi taide ja kulttuuri säilyttää korkean tasonsa siitä huolimatta, että niistä pyritään saamaan taloudellista voittoa ja niitä tuotteistetaan?

- ☐ Ei lainkaan
- ☐ Melko huonosti

- ☐ Ei hyvin, eikä huonosti
- ☐ Melko hyvin
- ☐ Todella hyvin
- ☐ Ei vaikuta tasoon
- ☐ En osaa sanoa

18. Millainen on mielipiteesi ja näkemyksesi liiketaloudesta kulttuuri-tuottajana?

19. Kommentteja ja palautetta kyselystä. Voit myös halutessasi täydentää vastauksiasi.

Kiitos osallistumisestasi kyselyyn!